



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFECTUADO:

Desde Junio de 2013 hasta Mayo de 2014

REALIZADO POR:

Elizabeth Cristina Escobar Cevallos

TUTOR:

Ing. Camilo Frías Casco

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Ciudadela Puerto Azul mz.A3 villa 18

Teléfono: 2419461

Celular: 0997764338

Correo: elicris90@gmail.com

Guayaquil – Ecuador

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS
AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL”**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por la Srta. Elizabeth Cristina Escobar Cevallos como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Mayo del 2014

Ing. Camilo Frías Casco
Tutor

Ing. Ángel Castro Peñarreta
Lector

Econ. Servio Correa Macías
Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

ELIZABETH CRISTINA ESCOBAR CEVALLOS

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Mayo del 2014

EL AUTOR
ELIZABETH CRISTINA ESCOBAR CEVALLOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

Yo, ELIZABETH CRISTINA ESCOBAR CEVALLOS

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Mayo del 2014

EL AUTOR

ELIZABETH CRISTINA ESCOBAR CEVALLOS

DEDICATORIA

A mis PADRES, por ser mis pilares fundamentales para culminar esta meta.

AGRADECIMIENTO

A **DIOS** por ser luz en mi vida que ilumina cada
paso que doy.

A mis **PADRES**, por enseñarme a luchar y nunca dejarme
decaer.

A mis **ABUELOS PATERNOS** por ser mi guía espiritual.

Al **ING.CAMILO FRÍAS** por ser mi guía y por brindarme
su apoyo incondicional durante todo el proceso de mi
trabajo de titulación.

RESUMEN

El presente proyecto de titulación consiste en la creación de un centro de servicios automotrices básicos de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de crear un nuevo modelo de negocio para incrementar los ingresos del Grupo ESTOVAN S.A no sólo con la venta de neumáticos sino también brindar servicios automotrices básicos.

La presente propuesta hará uso de la inteligencia de negocios para determinar la rentabilidad y viabilidad en la implementación y desarrollo del negocio.

ABSTRACT

The present degree work consists in the creation of an automotive basic service center of ESTOVAN S.A. in the north of Guayaquil city, with the purpose to create a new business model to increase the incomes of ESTOVAN S.A. Group, selling tires and offering automotive basic services.

The present proposal is going to use business intelligence to determine the profitability and viability in the implementation and developing of this business.

INTRODUCCIÓN

El sector automotriz tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra como la apertura de centros de servicios automotrices, generando riqueza y miles de plazas de trabajo.

La idea del presente trabajo de titulación surgió al ver que el Grupo ESTOVAN S.A. está obteniendo baja rentabilidad debido a las ventas de llantas a gran escala. Por lo tanto se propone un centro de servicios automotrices básicos como un nuevo modelo de negocio para el grupo en el que no sólo de comercialicen llantas al consumidor final sino que también se brinden servicios automotrices básicos

Con el presente trabajo de titulación se pretende estudiar y comprobar la propuesta de crear un centro de servicios automotrices básico en el sector norte de la ciudad de Guayaquil encaminado a brindar excelente atención al cliente, servicios y productos garantizados con fuentes primarias y secundarias desarrolladas en cada uno de los capítulos de este documento tales como la descripción de la investigación, descripción del negocio y auditoría de mercado. Por consiguiente se han desarrollado otras secciones con periodos de cinco años como: el plan operativo, el plan financiero y el plan de contingencia que van a mostrar la rentabilidad y viabilidad de la idea propuesta.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ABREVIATURAS.....	XXII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XXIII
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
1.1. Tema – Título.....	31
1.2. Justificación.....	31
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	32
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	32
1.5. Objetivos de la Investigación.....	33
1.5.1. Objetivo General.....	33
1.5.2. Objetivos Específicos.....	34
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	34
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático.....	35
1.7.1. Planteamiento del Problema.....	36
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto.....	36
1.8.1. Marco Referencial.....	36
1.8.2. Marco Teórico.....	38
1.8.3. Marco Conceptual.....	42
1.8.4. Marco Legal.....	43
1.8.5. Marco Lógico.....	45

1.9.	Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	46
1.10.	Cronograma.....	47
2.	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	49
2.1.	Análisis de la Oportunidad.....	49
2.1.1.	Descripción de la Idea de Negocio.....	49
2.1.2.	Descripción de la Idea Producto o Servicio.....	50
2.2.	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	51
2.3.	Objetivos de la Empresa.....	52
2.3.1.	Objetivo General.....	52
2.3.2.	Objetivo Específicos.....	52
2.4.	Estructura Organizacional.....	52
	Organigrama.....	52
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	53
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos.....	57
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	60
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa.....	60
3.1.1.	Generalidades.....	60
3.1.2.	Fundación de la Empresa.....	61
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	61
3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios.....	62
3.1.5.	Compañías Extranjeras.....	62
3.1.6.	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional).....	63
3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa.....	63
3.2.1.	Generalidades.....	63
3.2.2.	Mandato Constituyente #8.....	63
3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo.....	64
3.2.4.	Obligaciones del Empleador.....	64

3.2.5.	Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	65
3.2.6.	Fondos de Reserva y Vacaciones	65
3.2.7.	Asociación de Trabajadores	65
3.2.8.	Inspección de Discapacitados a Puestos de Trabajo	66
3.3.	Contratación Civil	66
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación	66
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	67
3.3.3.	Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios	67
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación... Mediación	67
3.3.5.	Generalidades y Contratación Pública	68
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad.....	68
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	69
3.4.1.	Código de Ética	69
3.4.2.	Indicadores de Gestión	69
3.4.3.	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios	70
3.4.4.	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación.....	71
3.5.	Propiedad Intelectual	71
3.5.1.	Registro de Marca	71
3.5.2.	Manual de Procesos Productivos.....	71
3.5.3.	Derecho de Autor del Proyecto	72
3.5.4.	Patente y-o Modelo de Utilidad	72
3.6.	Seguros	72
3.6.1.	Incendio	72
3.6.2.	Robo	73
3.6.3.	Fidelidad.....	73

3.6.4.	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	73
3.6.5.	Maquinarias y Equipos.....	74
3.6.6.	Materia Prima y Mercadería.....	74
3.7.	Presupuesto.....	74
4.	AUDITORÍA DE MERCADO.....	76
4.1.	PEST.....	76
4.2.	Macro, Meso y Micro	79
4.3.	Atractividad de la Industria	79
4.4.	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	83
4.5.	Matriz BCG.....	83
4.6.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado.....	84
4.7.	Análisis de las Cinco Fuerza Competitivas de Porter.....	84
4.8.	Análisis de Oferta.....	87
4.8.1.	Tipo de Competencia	87
4.8.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	87
4.8.3.	Características de los Competidores	88
4.8.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa 90	
4.9.	Análisis de la Demanda.....	91
4.9.1.	Segmentación de Mercado	91
4.9.1.1.	Criterio de Segmentación.....	91
4.9.1.2.	Selección de Segmentos.....	92
4.9.1.3.	Perfiles de Segmento.....	92
4.10.	Matriz FODA	93
4.11.	Investigación de Mercado.....	94
4.11.1.	Método	94
4.11.2.	Diseño de Investigación	95
4.11.2.1.	Objetivos de la Investigación.....	95

4.11.2.2.	Tamaño de la Muestra.....	95
4.11.2.3.	Técnica de recogida y análisis de datos	96
4.12.	Cuantificación de la Demanda.....	111
4.12.1.	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha ...	111
4.12.2.	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca e Payback.....	112
5.	PLAN DE MARKETING	114
5.1.	Objetivos: General y Específicos	114
5.1.1.	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	114
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración	115
5.1.1.2.	Cobertura.....	115
5.2.	Posicionamiento	116
5.2.1.	Estrategia de Posicionamiento	116
5.2.2.	Valoración del Activo de la Marca (BAV)	117
5.3.	Marketing Mix.....	118
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios.....	118
5.3.1.1.	Descripción del Producto.....	118
5.3.1.2.	Adaptación o Modificación del Producto	119
5.3.1.3.	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	119
5.3.1.4.	Amplitud y Profundidad de Línea.....	119
5.3.1.5.	Marcas y Submarcas	120
5.3.2.	Estrategia de Precios	120
5.3.2.1.	Precios de la Competencia	120
5.3.2.2.	Poder Adquisitivo del Mercado Meta	121
5.3.2.3.	Expectativa de los Accionistas.....	121
5.3.2.4.	Políticas de Precio.....	121
5.3.3.	Estrategia de Plaza	121
5.3.3.1.	Localización.....	121

5.3.3.2.	Sistema de Distribución Comercial	124
5.3.4.	Estrategias de Promoción	126
5.3.4.1.	Estrategias ATL y BTL.....	126
5.3.4.2.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria.....	126
5.3.4.3.	Promoción de Ventas	126
5.3.4.4.	Publicidad	127
5.3.4.5.	Ámbito Internacional	132
5.3.5.	Presupuesto de Marketing	132
5.3.6.	Análisis de Rentabilidad del Offering.....	133
6.	PLAN OPERATIVO.....	135
6.1.	Producción.....	135
6.1.1.	Proceso Productivo.....	135
6.1.2.	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos	135
6.1.3.	Mano de Obra.....	136
6.1.4.	Capacidad Instalada.....	136
6.1.5.	Flujograma de Procesos	137
6.1.6.	Presupuesto.....	139
6.2.	Gestión de Calidad	140
6.2.1.	Procesos de planeación de calidad	140
6.2.2.	Beneficios de las acciones proactivas	140
6.2.3.	Políticas de calidad.....	141
6.2.4.	Benchmarking	141
6.2.5.	Proceso de aseguramiento de la calidad	141
6.2.6.	Estándares de la calidad	141
6.2.7.	Procesos de control de calidad	142
6.2.8.	Certificaciones y Licencias	142
6.2.9.	Presupuesto	142

7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	151
7.1.	Inversión Inicial.....	151
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	174
8.1.	Plan de administración del riesgo.....	174
9.	CONCLUSIONES.....	179
10.	RECOMENDACIONES	182
11.	FUENTES	184
	Bibliografía.....	184
12.	ANEXOS	188
	ANEXO 1	188
	CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO	188
	ANEXO 2	191
	MODELO DE ENCUESTA.....	191
	MATERIAL COMPLEMENTARIO	195
	LOGO DE LA EMPRESA.....	195

ÍNDICE TABLAS

TABLA 1: MATRIZ DEL MARCO LÓGICO	45
TABLA 2: MARCA DE LLANTA CON SU USO RESPECTIVO Y TIPO	50
TABLA 3: MANUAL DE FUNCIONES	57
TABLA 4: PROPIEDAD ACCIONARIA	61
TABLA 5: CÓDIGO DE ÉTICA	69
TABLA 6: PROVISIÓN DE SUELDOS AÑO 1	76
TABLA 7: INDICADORES ECONÓMICOS	78
TABLA 8: IMPORTACIONES DE LLANTAS POR PESO NETO EN TONELADAS POR SEGMENTO	79
TABLA 9: IMPORTACIONES POR MARCA 2012 EN UNIDADES	80
TABLA 10: IMPORTACIONES POR MARCA 2012-FOB	80
TABLA 11: IMPORTACIONES POR MARCA 2013-TONELADAS	81
TABLA 12: CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES	88
TABLA 13: MATRIZ FODA	93
TABLA 14: TAMAÑO DE LA MUESTRA	96
TABLA 15: PROYECCIÓN DE VENTAS	112
TABLA 16: DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO	118
TABLA 17: AMPLITUD Y PROFUNDIDAD DE LA LÍNEA	119
TABLA 18: CANAL DE DISTRIBUCIÓN	124
TABLA 19: POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE	125
TABLA 20: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN ELECTRÓNICA	129
TABLA 21: OFFERING	133
TABLA 22: INFRAESTRUCTURA: MAQUINARIAS Y EQUIPOS	135
TABLA 23: PRESUPUESTO	139
TABLA 24: PROCESO DE PLANEACIÓN DE CALIDAD	140
TABLA 25: POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL	143
TABLA 26: PROCESO DE ASEGURAMIENTO DE CALIDAD AMBIENTAL	144
TABLA 27: PROCESOS DE PLANEACIÓN DEL MODELO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	145
TABLA 28: BENEFICIOS DE ACCIONES PROACTIVAS	146
TABLA 29: POLÍTICAS DE PROTECCIÓN SOCIAL	146
	XVIII

TABLA 30: ESTÁNDARES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	147
TABLA 31: BALANCE SCORECARD	148
TABLA 32: MAPA ESTRATÉGICO	149
TABLA 33: INVERSIÓN INICIAL	151
TABLA 34: INVERSIÓN FIJA	152
TABLA 35: INVERSIÓN DIFERIDA	153
TABLA 36: INVERSIÓN CORRIENTE	153
TABLA 37: AMORTIZACIÓN	154
TABLA 38: COSTOS FIJOS	155
TABLA 39: COSTOS VARIABLES	156
TABLA 40: MARK UP Y MÁRGENES	157
TABLA 41: PROYECCIÓN DE COSTOS E INGRESOS EN FUNCIÓN DE LA PROYECCIÓN DE VENTAS	158
TABLA 42: PUNTO DE EQUILIBRIO	159
TABLA 43: IMPUESTO A LA RENTA	161
TABLA 44: BALANCE GENERAL	163
TABLA 45: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	164
TABLA 46: FLUJO DE CAJA PROYECTADO	165
TABLA 47: PRODUCTIVIDAD	167
TABLA 48: GASTOS ADMINISTRATIVOS	168
TABLA 49: GASTOS SUELDOS Y SALARIOS	169
TABLA 50: TASA DE INTERÉS	170
TABLA 51: RAZONES FINANCIERAS	171

ÍNDICE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PRINCIPAL PAIS DE ORIGEN/ UNIDADES IMPORTADAS	32
GRÁFICO 2: IMPORTACIONES DE NEUMÁTICOS EN DÓLARES Y EN UNIDADES	33
GRÁFICO 3: ORGANIGRAMA	52
GRÁFICO 4: USTED TIENE VEHÍCULO?	100
GRÁFICO 5: QUÉ TIPO DE VEHÍCULO TIENE?	100
GRÁFICO 6: NIVEL DE IMPORTANCIA QUE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES OFREZCA VARIEDAD DE SERVICIOS	101
GRÁFICO 7: NIVEL DE IMPORTANCIA DEL PRECIO AL MOMENTO DE IR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	101
GRÁFICO 8: NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE AL MOMENTO DE ASISTIR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	102
GRÁFICO 9: NIVEL DE IMPORTANCIA DE LOS HORARIOS DE ATENCIÓN AL ASISTIR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	102
GRÁFICO 10: NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA INFRAESTRUCTURA AL IR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	103
GRÁFICO 11: NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE LAS LLANTAS AL ASISTIR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	103
GRÁFICO 12: NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS AL MOMENTO DE IR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	104
GRÁFICO 13: NIVEL DE IMPORTANCIA DE LA UBICACIÓN AL ASISTIR A UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES	104
GRÁFICO 14: CON QUÉ FRECUENCIA LLEVA SU VEHÍCULO A UN CENTRO DE SERVICIOS A CAMBIAR LLANTAS?	105
GRÁFICO 15: CON QUÉ FRECUENCIA LLEVA SU VEHÍCULO A UN CENTRO DE SERVICIOS CON EL FIN DE HACERLE MANTENIMIENTO VEHICULAR	106
GRÁFICO 16: DE LAS SIGUIENTES OPCIONES, QUÉ LE REALIZA A SU VEHÍCULO DE UN CENTRO DE SERVICIOS?	106
GRÁFICO 17: PREFERENCIAS DE MARCAS DE LLANTAS PARA AUTOS	107
	XX

GRÁFICO 18: PREFERENCIAS DE LAS MARCAS DE LLANTAS PARA CAMIONETA	107
GRÁFICO 19: PREFERENCIAS DE LAS MARCAS DE LLANTAS PARA SUV/CROSSOVER	108
GRÁFICO 20: PREFERENCIAS DE LLANTAS PARA MINI VAN	108
GRÁFICO 21: PREFERENCIAS DE LAS MARCAS DE LLANTAS PARA VAN	108
GRÁFICO 22: PREFERENCIAS DE LAS MARCAS DE LLANTAS PARA CAMIÓN	109
GRÁFICO 23: NIVEL DE AGRADO AL ASISTIR A ESTE CENTRO DE SERVICIOS	110
GRÁFICO 24: NIVEL DE DISPOSICIÓN AL IR AL CENTRO DE SERVICIOS	111

ÍNDICE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: CRONOGRAMA	47
ILUSTRACIÓN 2: ANÁLISIS DEL CICLO DE VIDA DEL MERCADO	83
ILUSTRACIÓN 3: MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP	83
ILUSTRACIÓN 4: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO EN EL MERCADO	84
ILUSTRACIÓN 5: COBERTURA DEL NEGOCIO	115
ILUSTRACIÓN 6: LOGO	117
ILUSTRACIÓN 7: UBICACIÓN DEL NEGOCIO	122
ILUSTRACIÓN 8: DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO	123
ILUSTRACIÓN 9: PÁGINA WEB	130
ILUSTRACIÓN 10: FAN PAGE	131
ILUSTRACIÓN 11: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE REALIZACIÓN DE SERVICIOS	137
ILUSTRACIÓN 12: FLUJOGRAMA DE LA COMPRA DE LLANTAS	138

ABREVIATURAS

MINTEL: Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información.

ATL: Above the Line.

BCG: Boston Consulting Group.

BTL: Below the Line.

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas.

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

INEC: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos.

IVA: Impuesto al Valor Agregado.

MAS: Muestreo Aleatorio Simple.

PIB: Producto Interno Bruto.

TIR: Tasa Interna De Retorno.

VAN: Valor Actual Neto.

TMAR: Tasa Mínima Aceptable Requerida.

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de la empresa ESCOCED S.A., se dedicará a la comercialización de llantas importadas por el Grupo ESTOVAN S.A. y a ofrecer servicios automotrices básicos. Esta idea surge por la baja rentabilidad que está obteniendo el Grupo ESTOVAN S.A. por sus ventas a gran escala y a crédito, creando la oportunidad de implementar este modelo de negocios que generará más ingresos para este grupo.

El presente proyecto se ha desarrollado con el fin de tener una directriz al momento de la ejecución del centro de servicios automotrices básicos quedando como fuente secundaria para futuros interesados en el proyecto con la investigación de mercado se ha podido determinar los factores que inciden al momento de acudir a centros de servicios automotrices básicos, como las necesidades y preferencias de las personas .Se ha podido detectar que en Guayaquil las personas si acuden a este tipo de centros automotrices.

Para la operación del negocio será necesaria la contratación de 10 personas para cada una de las áreas y funciones que van a desempeñar. Además para la adecuación del área se determinó maquinarias útiles que serán contemplados en la inversión inicial.

En el desarrollo de este proyecto se detalla cómo se manejará un plan de marketing agresivo con el fin de promocionar el centro de servicios y así captar clientes .También se contempla cual será el plan de contingencia en el caso de que suceda algo desfavorable.

Finalmente se realizó todo un análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto, con una TIR del 76% y un van completamente favorable.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

Propuesta para la creación de un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

1.2. Justificación

Desde hace varios años la competencia en el sector de neumáticos está en aumento. ESTOVAN S.A. desde su creación en Mayo 1 del 2010, se dedica la importación y distribución de todo tipo llantas al por mayor a nivel nacional.

Una de los mayores razones por los cuales se ha tomado la decisión de proponer este tema es porque indiscutiblemente las ventas a gran escala dan un buen volumen de ventas, pero se obtiene baja rentabilidad. Es por este motivo que se considera necesario la expansión de esta empresa a otro sector de la ciudad, para que sus ingresos no solo dependan de la distribución de llantas al por mayor sino que también dependa de la comercialización de éstos y otros tipos de neumáticos al por menor incluyendo servicios automotrices.

Otro beneficio para la empresa es que el margen de utilidad será mayor, debido a que, en este nuevo modelo de negocio que se propone no se manejarán altos descuentos y no habrá recubrimiento de dinero a largo plazo. Por lo que sería conveniente para la empresa la extensión de ESTOVAN S.A. mediante la creación de un centro de servicios automotrices, donde se comercialicen los neumáticos que se importan, potencializando al consumidor final lo que dará a la compañía mayor rentabilidad y liquidez.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

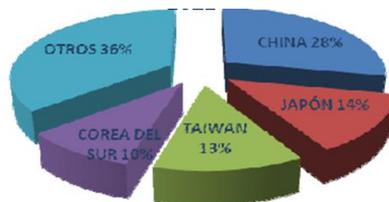
El estudio se lo va a efectuar en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, en la cual existen 2'531.223 habitantes, donde circulan más de 400 mil autos. (INEC, 2010) Este proyecto será elaborado de manera más atenta en el periodo de Octubre del 2013 hasta Abril y principios de Mayo del 2014.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

En Ecuador aproximadamente hay más de 3'100.000 vehículos de los cuales un 89% de vehículos son livianos y un 11% son vehículos pesados, los que a su vez demandan más de 1.4 millones de neumáticos que necesitan ser cambiados, en Guayaquil se concentra el 23% de automotores que existen a nivel nacional. (LUNA, 2012)

Asia es el continente que registra mayor producción de llantas con destino Ecuador, registrando una participación en el mercado de aproximadamente el 64%. (CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, 2012)

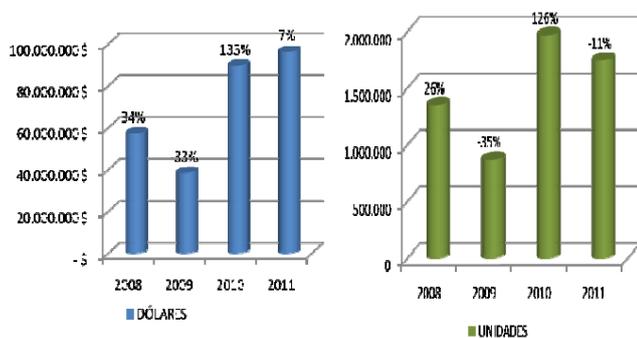
Gráfico 1: Principal País de Origen/ Unidades Importadas



Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil

En el año 2009 las importaciones de neumáticos de los tipos utilizados en automóviles, registró una disminución de 38.5 millones de dólares en comparación al 2008, en el que llegó a los 57.3 millones de dólares. Es decir se registró un 33% de decrecimiento en la importación de este tipo de bienes. (CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, 2012)

Gráfico 2: Importaciones de neumáticos en dólares y en unidades



Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil

Por su parte, en el año 2010 la importación de neumáticos creció en un 126%, impulsado especialmente por el diferimiento arancelario otorgado en agosto de dicho año, el que estableció un arancel de 0% para dicha subpartida. (CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, 2012)

A finales del año 2010 se aplicó un advalorem del 1%, y como consecuencia se obtuvo una disminución de 11% en el 2011. (CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, 2012)

El presente trabajo de titulación está enmarcado en el objetivo #6 del Plan del Buen Vivir que establece: "Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad "; con lo que se propone hacer respetar los derechos de la población". (SENPLADES, 2013)

El trabajo de titulación está diseñado acorde a la fundamentación del área de investigación, línea SINDE de desarrollo y crecimiento económico.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la viabilidad de crear un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el nivel de aceptación de un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.
- Identificar el perfil de posibles compradores con el propósito de diseñar estrategias que capten su interés.
- Identificar la mejor alternativa de ubicación del centro de servicios automotrices en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar la demanda de la necesidad de ir a un centro de servicios automotrices básicos.
- Conocer la forma de operar en los centros de servicios automotrices básicos en la ciudad de Guayaquil.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

Método

Para el presente trabajo de titulación se aplicará el método exploratorio, el cual tiene como objetivo examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Se caracteriza por ser más flexible en su metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos, y son más amplios y dispersos que estos otros dos tipos buscan observar tantas manifestaciones del fenómeno estudiado como sea posible. Asimismo, implican un mayor "riesgo" y requieren gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. (Hernández,Fernández,Baptista , 1997)

Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo. La investigación cualitativa es aquella que utiliza preferente o exclusivamente información de tipo cualitativo y cuyo análisis se dirige a lograr descripciones detalladas de los fenómenos estudiados. La mayoría de estas investigaciones pone el acento en la utilización práctica de la investigación. Algunos ejemplos de investigaciones cualitativas son la investigación participativa, la investigación, acción, investigación - acción participativa, investigación etnográfica, estudio de casos. (CAUAS, 2013)

La investigación cuantitativa, en cambio, es aquella que utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable (medible). Algunos ejemplos de investigaciones cuantitativas son: diseños experimentales, diseños cuasi - experimentales, investigaciones basadas en la encuesta social, entre otras; siendo uno de las más usadas la encuesta social. (CAUAS, 2013)

En relación al tipo de investigación cuantitativa se considera que el diseño de la misma tiene un enfoque no experimental, aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural. (Hernández, 2004) El diseño cualitativo va surgiendo desde el planteamiento del problema hasta la inmersión inicial y el trabajo de campo y, desde luego, va sufriendo modificaciones, aun cuando es más bien una forma de enfocar el fenómeno de interés. (Hernández, Fernández, Baptista, 2006)

Las técnicas para recolección de datos que van a ser utilizadas en este trabajo de titulación son: investigaciones documentales y las investigaciones de campo se la realizarán mediante encuestas. Para analizar los datos que hayan sido recopilados se usará SPSS donde la información será tabulada y presentada con gráficos de barras.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

El paradigma socio-crítico de acuerdo con (ARNAL, 1992) adopta la idea de que la teoría crítica es una ciencia social que no es puramente empírica ni sólo interpretativa; sus contribuciones, se originan de los estudios comunitarios y de la investigación participante. Tiene como objetivo promover las transformaciones sociales, dando respuestas a problemas específicos presentes en el seno de las comunidades, pero con la participación de sus miembros. Esta teoría se ajusta al trabajo de titulación, lo que se busca a partir del paradigma es que se pueda asistir al lugar de estudio para recoger información necesaria que será de gran ayuda para crear estrategias y obtener los resultados deseados.

1.7.1. Planteamiento del Problema

La propuesta de este tema de investigación responde a varios problemas que está enfrentando la empresa ESTOVAN S.A. Durante los últimos años la compañía ha obtenido baja rentabilidad y liquidez debido la gran competencia que existe en el mercado de neumáticos, en el país, los cuales ofrecen precios bajos y largos plazos para pagar, a los clientes mayoristas, lo cual ha derivado que se imposibilite captar la atención de los clientes finales. Otro problema que enfrenta la empresa es que no cuenta con local propio y funciona dentro de otro negocio lo que causa que no sea conocido.

Por tal motivo se considera necesaria la expansión de ESTOVAN S.A. mediante la creación de un centro de servicios automotrices en el sector norte de Guayaquil para que sus ingresos dependan ya no sólo de un punto de venta. Existe también la ventaja que se potencialicen las ventas al consumidor final y que se brinden servicios automotrices lo que mejorará el margen de ganancia.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

A nivel mundial, la industria automotriz es de gran importancia pues es un excelente indicador de desarrollo industrial y económico. A continuación se presentan algunos ejemplos de centros de servicios automotrices que han tenido éxito en algunos países del mundo y que sirven de referente para el presente trabajo de titulación:

En Honduras, el centro automotriz AUTOPITS brinda un nuevo concepto en servicio, calidad y Confianza. AUTOPITS es la cadena regional de centros de servicio rápido de Grupo Q. Los servicios que proporciona son preventivos han sido diseñados para proteger y garantizar el mejor funcionamiento del vehículo. Cuentan con personal altamente calificado y capacitado para tratar al carro profesionalmente garantizando el mejor servicio. (GRUPO Q, 2012)

En Chile, el centro de servicios automotrices SUPERMERCADO DE NEUMÁTICOS de mecánica rápida ofrece: montaje de neumáticos, balanceo, alineación, frenos, lubricantes, amortiguadores, baterías, etc. Utilizando tecnología de punta, logrando un servicio eficiente y seguro. (Supermercado del Neumático., 2013)

En México, el centro de servicios automotriz EPS es un novedoso concepto que ofrece una gran variedad de servicios de mantenimiento y correctivos, para todas las marcas y tipos de automóviles. Cuenta con un eficiente sistema de control que permite ofrecer entre otras cosas, precios preferenciales, calidad en el servicio y la recepción de automóviles más ágil y completa del mercado, siendo máximo de 5 minutos. Actualmente cuenta con 11 sucursales de Servicio Automotriz en la Ciudad de México y Área Metropolitana y 10 más en el interior de la República. (GRUPO EPS , 2013)

Empresas que comercializan neumáticos y brindan servicios automotrices en Guayaquil.

Se dará casos de empresas comercializadoras de llantas mediante una breve explicación. La información es corta debido a que se la ha tomado por el conocimiento de la competencia y de su sitio web, las cuáles son:

GRUPO JULIO GUERRA ACCINI

El señor Julio Guerra Accini abre su primer local hace 40 años bajo el nombre de Bodegauto S.A. dedicado a la importación y comercialización de neumáticos además de brindar servicios de mecánica express. Hoy en día aparte de Bodegauto S.A. existe DEPOAUTO S.A., LLANTA EXPRESS y hace unos meses inauguró un tecnicentro de servicios automotrices JG. (GUERRA, 1973)

ANTONIO PINO YCAZA

En el año 1934 el señor Antonio Pino Ycaza, joven emprendedor de entonces 23 años de edad, se inició en el negocio automotriz distribuyendo productos americanos como Llantas Lee, Baterías Exide, Lubricantes Mobil Oil, entre otros

En octubre de 1936, Goodyear le concedió la distribución de sus productos y dos años más tarde, en abril de 1938, consiguió la distribución de Yale, marca mundialmente reconocida de montacargas y equipos para manejo de carga.

Entre los productos que la empresa distribuyó a través del tiempo estuvieron harinas Pillsbury Mills, vinos de Argentina, sardinas de Noruega, loza de Finlandia, filtros para agua Hygeia, pinturas Valspar, cabos Manila Cordage, persianas y venecianas Kirsch, puertas tipo acordeón Modernfold, puertas y ventanas de aluminio y vidrio Alukon, bicicletas Phillips, entre otras.

En el año 1943 abrió una sucursal en Quito y en 1947 instaló una planta para reencauchar llantas en Guayaquil.

Actualmente la empresa es el distribuidor más antiguo de Llantas Goodyear y de Montacargas Yale en América Latina. (ICAZA, 2010)

1.8.2. Marco Teórico

La propuesta del presente trabajo contempla expandir la empresa ESTOVAN S.A., una empresa familiar, ofreciendo un centro de servicios automotrices, siendo su mismo proveedor, en donde se desea satisfacer las necesidades del cliente final por medio de la calidad del neumático y el servicio generando un valor agregado para sus clientes.

Los retos de la empresa familiar

Se estima que más del 30% de las empresas familiares sobreviven hasta la segunda generación, y cerca del 13% llega hasta la tercera generación. La empresa familiar, por su naturaleza, presenta ciertos retos que le son únicos, y que no presentan empresas de otra naturaleza. Entre ellos: 1) cómo separar la relación familiar de la de negocios, 2) cómo mantener las relaciones sanas en la segunda y subsiguientes generaciones 3) cómo planificar la sucesión y la repartición accionaria. (Laura Collin y Larry Collin, 2001)

En este tipo de unión debe existir un alto nivel de comunicación, para que los efectos del enlace empresa-familia no sean negativos y pueda existir la continuidad y el desarrollo de la misma. Los agravios entre hermanos en este tipo de empresa, debido a marcadas diferencias sociales, profesionales, económicas y culturales, son típicos. Sin embargo, todo el grupo debe tratar de solventar estas discrepancias para que no se produzca una lamentable ruptura de la cohesión familiar. (Laura Collin y Larry Collin, 2001)

Es necesario que en el seno de esta empresa exista total transparencia en la concentración de la fuerza económica, se distribuyan los bienes de forma adecuada, se cumplan los respectivos requisitos legales para preservar la identidad de la empresa, se defina de forma clara y justa la separación de los inversionistas, se den a conocer los resultados y toma de decisiones entre todos los miembros y se definan las estrategias de sucesión para las siguientes generaciones. (Laura Collin y Larry Collin, 2001)

Teoría de la integración vertical

Con formato: Sangría: Primera línea: 1,25 cm

Con formato: Sangría: Primera línea: 1,25 cm, Interlineado: 1,5 líneas

Con formato: Fuente: Times New Roman

Con formato: Sangría: Primera línea: 1,25 cm, Espacio Después: 0 pto

Código de campo cambiado

Con formato: Español (Ecuador)

Con formato: Sangría: Primera línea: 1,25 cm, Espacio Después: 0 pto

Código de campo cambiado

Con formato: Español (Ecuador)

La teoría económica convencional no ofrece una respuesta convincente de porqué una empresa decide Integrarse verticalmente. La empresa transforma inputs en outputs a través de una función de producción. El objetivo de la misma es la maximización de beneficios, y en este contexto la integración vertical únicamente se contempla en casos donde los procesos sean complementarios, o donde sea evidente una disminución de costes. En general esta teoría presenta las siguientes debilidades: 1) no explica cómo la producción se organiza dentro de la empresa, ya que prescinde del análisis de la cadena de valor, y 2) no tiene en cuenta la existencia de costes de transacción como otro determinante de la decisión de integrarse verticalmente. (CAMACHO, 1994)

Teoría de la calidad

Para Crosby, la calidad es el cumplimiento de los requerimientos de calidad de cada compañía, o dicho de otra forma, dar cumplimiento a las especificaciones, la cual se basa en cuatro principios:

- 1.- La calidad es cumplir los requisitos.
- 2.- El sistema de calidad es la prevención.
- 3.- El estándar de realización es cero defectos
- 4.- La medida de la calidad es el precio del incumplimiento.

(LEFCOVICH, 2005)

En tanto que para Juran, lo importante es que el producto o servicio sea adecuado para su uso, se basa en una trilogía: planear, controlar y mejorar la calidad. (ROJAS, 2013)

Teoría de Procesos de Servicio

Existen ciertas características de los procesos de servicio que los hace diferentes del resto de procesos como son los que reflejan el comportamiento del proveedor, que una vez que se pierde la oportunidad no hay segunda alternativa, el cliente forma parte del proceso, y

sobretudo, que el cliente es el que evalúa, hacen que el proceso de servicio sea uno de los más importantes de la cadena de abastecimiento. Las posibilidades de que las organizaciones pierdan sus clientes se triplican más cuando suministran un servicio deficiente, que por malos productos. (HARRINGTON, 1990)

Para tener un proceso de servicio que cuente con calidad deben tener por lo menos los siguientes aspectos dentro del proceso:

- Tener interfaces amigables con el usuario.
- Proporcionar entrenamiento relacionado con los cargos.
- Desarrollar y mantener una organización orientada y enfocada al cliente.
- Reducir el tiempo de respuesta.
- Desarrollar empleados con empowerment.

(HARRINGTON, 1990)

Teoría Toc

La teoría consiste en identificar la restricción o limitación del sistema, es el simple hecho de que los procesos multitarea, de cualquier ámbito, solo se mueven a la velocidad del paso más lento. La manera de acelerar el proceso es utilizar un catalizador en el paso más lento y lograr que trabaje hasta el límite de su capacidad para acelerar el proceso completo. La teoría enfatiza la dilucidación, los hallazgos y apoyos del principal factor limitante. En la descripción de esta teoría estos factores limitantes se denominan restricciones o "cuellos de botella". (GOLDRATT, 2005)

Los criterios financieros que proporciona la Teoría de las Restricciones son: Trúput, inventario o inversión y gastos operacionales. El sistema se mide por medio de estos, determinando si el sistema está o no logrando la meta planteada. Estos criterios se basan en el supuesto de que la meta de las organizaciones es ganar dinero ahora y en el futuro. (GOLDRATT, 2005)

La filosofía TOC se fundamenta en la aplicación del modelo DBR (Tambor, Amortiguador, Cuerda) siguiendo cinco pasos que constituyen un ciclo continuo. El Dr. (GOLDRATT, 2005) describe

los cinco pasos como una forma de asegurarse que la administración de una compañía no pierda de vista el objetivo y lo que es más importante para el éxito: la restricción. Estos cinco pasos son:

PASO 1: Identificar el cuello de botella. El cuello de botella o restricción del sistema es un recurso restringido de capacidad, esto es, un recurso cuya capacidad es igual o menor a la demanda de éste.

PASO 2: Explotar el cuello de botella. Explotar se refiere a sacar el mayor provecho de la restricción sin ninguna inversión adicional. Si la demanda del mercado es la restricción del sistema, explotar la restricción implica abastecer al mercado con el propósito de ganar más ventas. Por otra parte, si la restricción es un recurso interno, explotar el cuello de botella equivale a utilizar este recurso de la mejor manera para maximizar su margen de contribución a las ganancias.

PASO 3: Subordinar todo a la decisión anterior. Este paso se refiere a disponer al cuello de botella como el tambor del proceso, haciendo que todos los otros recursos que no son cuellos de botella trabajen para el recurso restringido de capacidad.

PASO 4: Elevar la capacidad del cuello de botella. Existen varias formas de elevar la capacidad del cuello de botella tales como: realizar un mantenimiento preventivo total para prevenir que la maquinaria falle durante la realización del servicio, mantener un mejor control en los productos con el fin de evitar producto defectuoso.

PASO 5: Volver al paso 1. En este paso se busca el mejoramiento continuo a través de la identificación de la nueva restricción o verificar que esta no ha cambiado.

1.8.3. Marco Conceptual

Empresa: Es la unidad productiva o de servicio que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos. (REYES, 2001)

Empresa familiar: Es un negocio donde los miembros de una determinada familia se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones, cumplir ciertas tareas y distribuirse los beneficios de forma justa. (Laura Collin y Larry Collin, 2001)

Neumáticos: Es una pieza fabricada con un compuesto basado en el caucho que se coloca en la rueda de un vehículo para conferirle adherencia, estabilidad y confort. Constituye el único punto de contacto del vehículo con el suelo y, por tanto, del neumático depende en buena medida el comportamiento dinámico del vehículo: es decir, cómo se mueve el vehículo sobre el terreno. (CIRCULA SEGURO, 2012)

Centro de servicios automotrices: Es un novedoso concepto que ofrece una gran variedad de productos y de servicios de mantenimiento y correctivos, para todas las marcas y tipos de automóviles. (CIRCULA SEGURO, 2012)

Ventas al por mayor: Incluye todas las actividades implicadas en la venta de bienes y servicios a quienes compran para su reventa o para su uso en un negocio. (BONILLA, 2013)

Liquidez: Es la capacidad de una empresa para atender a sus obligaciones de pago a corto plazo. (PASCUAL, 2006)

Rentabilidad: Es la capacidad de un bien para producir beneficios y la medida que proporciona al compararse cuantitativamente con la inversión que lo originó. (PASCUAL, 2006)

1.8.4. Marco Legal

Las leyes, normas y entidades que vinculan a este proyecto se detallan a continuación:

- Constitución
- Ley de Compañías
- Ley de Propiedad Intelectual

- Código de Trabajo
- Código Tributario
- Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1: Matriz del Marco Lógico

JERARQUÍA DE OBJETIVOS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL: Evaluar la viabilidad de crear un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.	Ratios financieros- inversión inicial-flujo de caja	Estudios financieros	El centro recuperará la inversión en el último trimestre del 2014. Con un TIR positivo y un VAN mayor a 0.
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Diagnosticar el nivel de aceptación de un centro de servicios automotrices en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.	Índice de respuestas positivas a la propuesta de la creación de un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.	Encuestas-Investigación de mercado	El centro de servicios automotrices tendrá una gran aceptación
OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Identificar el perfil de posibles compradores con el propósito de diseñar estrategias que capten su interés.	Índice de perfil de posibles compradores que indique que es lo que desean encontrar en un centro de servicios automotrices.	Encuestas-Investigación de mercado	Se atraerá excelentemente al cliente con excelente producto y mejores servicios automotrices.
OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Identificar la mejor alternativa de ubicación del centro de servicios automotrices en la ciudad de Guayaquil	Análisis de la tendencia geográfica de Guayaquil especialmente en el sector norte para el funcionamiento de un centro de servicios automotrices básicos.	Encuestas-INEC	El centro tendrá la mejor ubicación en el sector norte de Guayaquil.
OBJETIVO ESPECÍFICO 5: Conocer la forma de operar <u>en los</u> centros de servicios automotrices básicos <u>en la ciudad de Guayaquil</u> .	Análisis de la forma de operar de centros similares al propuesto.	Investigación de Campo	El centro tendrá una forma atractiva de operar frente al cliente.

Elaborado por: Autora

1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Hipótesis:

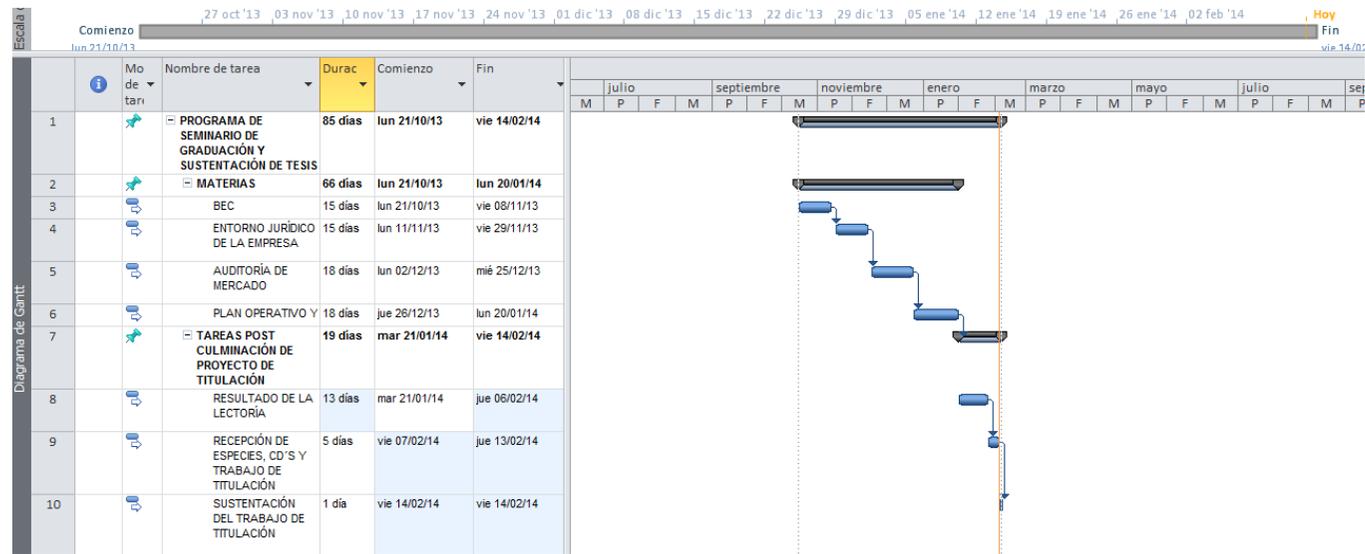
La apertura de un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en el sector norte de la ciudad de Guayaquil causará la potencialización de ventas al cliente final incrementando el margen de utilidad neta de la empresa.

Preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos

- ¿Cuál es el estado actual de la industria de neumáticos en el sector norte de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Cuáles son las necesidades de los consumidores frente a un centro de servicios automotrices?
- ¿Cuál será el porcentaje de aceptación de la creación de un centro de servicios automotrices en el sector norte de la ciudad de Guayaquil?
- ¿Qué elementos se deben tomar en cuenta para la apertura de un centro de servicios automotrices en el sector norte de la ciudad de Guayaquil?

1.10. Cronograma

Ilustración 1: Cronograma



Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPÍTULO 2

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

Se ha identificado la necesidad de expansión de ESTOVAN S.A., debido a que como toda empresa requiere de crecimiento y evolución en este caso llegar al consumidor final, por consiguiente se analizó la oportunidad de dar apertura a un centro de servicios automotrices en una zona estratégica de Guayaquil.

Realizar este trabajo de titulación promueve el crecimiento de manera vertical de ESTOVAN S.A debido a que se convertirá en su mismo proveedor, lo cual permitirá ofrecer mejores precios que su competencia.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La idea de negocio consiste en abrir un centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. en un sector distinto al lugar en dónde queda ubicada su matriz, de esta manera incrementar sus ingresos por las ventas al por menor y servicios que se realicen en este centro, cuyo factor diferenciador en este caso se caracteriza por la calidad, y el uso de tecnología en los procesos. Cabe mencionar, que el centro pretende satisfacer las necesidades de las personas al momento de necesitar un servicio automotriz. Pretendiendo así que las personas vean en el centro maquinarias tecnológicas, mano de obra garantizada.

Este tipo de servicios se introducirá al mercado guayaquileño con precios módicos para el alcance de todos.

2.1.2. Descripción de la Idea Producto o Servicio

Con la implementación de este centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A. Se quiere potencializar las ventas al consumidor final donde las únicas formas de pago sean en efectivo y tarjeta de crédito. Comercializar los neumáticos que se importen en la empresa que son llantas de las marcas: FIRENZA, WANLI y NANKANG que son de procedencia China y de Taiwán. Además de brindar servicios de lavado del vehículo, instalación de llantas, alineación, balanceo y cambio de aceite. A continuación se muestra una tabla con las marcas de llantas especificando en que tipos de vehículos se las puede usar.

Tabla 2: Marca de llanta con su uso respectivo y tipo

MARCAS-PROCEDENCIA	USO-TIPOS DE LLANTAS
NANKANG-TAIWÁN	AUTO-VAN RADIAL Y CONVENCIONAL
WANLI-CHINA	AUTO-VAN-CAMIÓN-BUS RADIAL
FIRENZA-CHINA	AUTO-VAN-CAMIÓN-BUS RADIAL

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Brindar al consumidor final un centro de cuidado vehicular y venta de llantas, donde se garantice una plena satisfacción al cliente en lo que respecta al mantenimiento de sus automotores usando procedimientos de tecnología de punta con una atención de calidad, ética y profesional; con precios asequibles para toda la urbe guayaquileña.

Visión

Ser la empresa con mayor participación en el mercado en lo que respecta a la industria de centros de servicios automotrices en la ciudad de Guayaquil.

Valores Corporativos

- **Responsabilidad:** Actuar en todo lo que contribuya al correcto funcionamiento del centro de servicios automotrices de ESTOVAN S.A.
- **Innovación:** Uso de maquinarias con tecnología de punta para todos los procesos automotrices.
- **Profesionalismo:** Contar con un staff de mecánicos especializados en las diferentes áreas.
- **Puntualidad:** Cumplir a tiempo con todos los arreglos necesarios del vehículo
- **Calidad de Servicio:** Ofrecer un servicio de calidad basado en compromiso, confort y atención personalizada.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Generar mayor rentabilidad y liquidez de ESTOVAN S.A. con la potencialización de ventas al consumidor final.

2.3.2. Objetivo Específicos

- Incrementar anualmente un 25% de la cartera de clientes finales.
- Implementar nuevos servicios automotrices como mecánica automotriz y pintura de autos en el lapso de dos años.
- Recuperar la inversión a inicios del segundo año.

2.4. Estructura Organizacional

~~2.4.1. Organigrama~~

2.4.1.

~~Gráfico#3: Organigrama~~ Gráfico 3: Organigrama

Con formato: Fuente: Times New Roman

Con formato: Título 3, Izquierda, Interlineado: 1,5 líneas, Esquema numerado + Nivel: 3 + Estilo de numeración: 1, 2, 3, ... + Iniciar en: 1 + Alineación: Izquierda + Alineación: 1,27 cm + Sangría: 2,16 cm

Con formato: Título 3, Interlineado: 1,5 líneas, Esquema numerado + Nivel: 3 + Estilo de numeración: 1, 2, 3, ... + Iniciar en: 1 + Alineación: Izquierda + Alineación: 1,27 cm + Sangría: 2,16 cm

Con formato: Descripción

Con formato: Fuente: Times New Roman, 12 pto, Sin Negrita

Con formato: Fuente: 12 pto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado: Autora

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Cargo 1:

Cargo: Administrador

Resumen del cargo: Persona encargada de llevar con eficiencia todos los procesos. Es el responsable de dar informes a la junta directiva de todo lo que suceda, así como presentar reportes de ventas diarias, arqueo caja, y de los servicios que se realicen. También se encargará de recibir la mercadería y crear e implementar estrategias de Marketing.

- Sexo: Masculino
- Edad: 28 a 36 años
- Experiencia: 5 años.
- Formación Académica: Graduado en Administración de empresas o carreras afines.
- Conocimientos adicionales: MICROSOFT OFFICE.
- Habilidades: Ser un líder y ser capaz de dar soluciones inmediatas.

Cargo 2:

Cargo: Jefe de Ventas

Resumen del cargo: Persona encargada de generar estrategias para generar más ventas, hacer cumplir a los vendedores las metas asignadas, capacitar a los vendedores, brindarle la información necesaria que vayan a necesitar para poder realizar las ventas. Controla al personal de ventas y al de despacho.

- Sexo: Masculino
- Edad: 27 a 35 años

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Experiencia: 3 años.
- Formación Académica: Graduado de Carreras de administración de empresas, marketing, ventas o carreras afines.
- Conocimientos adicionales: MICROSOFT OFFICE, liderazgo.
- Habilidades: Tener liderazgo, trabajar en equipo y ser persuasivo.

Cargo 3:

Cargo: Vendedor 1

Resumen del cargo: Persona encargada de realizar las ventas que conozca ampliamente de los productos y servicios que va a ofrecer. Cumpla con las metas de ventas.

- Sexo: Femenino
- Edad: 25 a 30 años
- Experiencia: 2 años.
- Formación Académica: Bachiller en Físico matemáticos, graduado en ingeniería en ventas o carreras afines.
- Conocimientos adicionales: MICROSOFT OFFICE.
- Habilidades: Ser persuasivo, tenga habilidades para negociar.

Cargo 4:

Cargo: Vendedor 2

Resumen del cargo: Persona encargada de realizar las ventas que conozca ampliamente de los productos y servicios que va a ofrecer. Cumpla con las metas de ventas.

- Sexo: Femenino
- Edad: 25 a 30 años
- Experiencia: 2 años.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Formación Académica: Bachiller en Físico matemáticos, graduado en ingeniería en ventas o carreras afines.
- Conocimientos adicionales: MICROSOFT OFFICE.
- Habilidades: Ser persuasivo, tenga habilidades para negociar.

Cargo 5:

Cargo: Despachador 1.

Resumen del cargo: Persona encargada de despachar bien los productos y que sepa manejar inventario.

- Sexo: Masculino
- Edad: 24 a 35 años
- Experiencia: 1 año.
- Formación Académica: Bachiller.
- Conocimientos adicionales: MICROSOFT OFFICE.
- Habilidades: Ser atento, con habilidad de cargar productos pesados.

Cargo 6:

Cargo: Despachador 2 y de servicios varios.

Resumen del cargo: Persona encargada de despachar bien los productos y que sepa manejar inventario, además tiene que saber hacer los servicios que se realizan en el centro.

- Sexo: Masculino
- Edad: 24 a 35 años
- Experiencia: 1 año.
- Formación Académica: Bachiller y mecánica.
- Conocimientos adicionales: MICROSOFT OFFICE.
- Habilidades: Ser atento, con habilidad de cargar productos pesados.

Cargo 7:

Cargo: Conserje/mensajero.

Resumen del cargo: Persona encargada de cuidar el centro y hacer mandados como ir al banco a hacer los depósitos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Sexo: Masculino
- Edad: 18 a 36 años
- Experiencia: 1 año.
- Formación Académica: Bachiller.
- Conocimientos adicionales: Conozca la ciudad.
- Habilidades: Ser cordial y responsable.

Cargo 8:

Cargo: Cajero.

Resumen del cargo: Persona encargada facturar y cobrar que haga un arqueo de caja diario.

- Sexo: Masculino
- Edad: 25 a 36 años
- Experiencia: 4 años.
- Formación Académica: Bachiller en contabilidad, graduado de Contabilidad y auditoría y carreras afines.
- Conocimientos adicionales: Conocimientos contables y en MICROSOFT OFFICE.
- Habilidades: Tener agilidad de procesos, rápida, responsable y honrada.

Cargo 9:

Cargo: Limpieza.

Resumen del cargo: Persona encargada de limpiar las instalaciones del centro y maquinarias.

- Sexo: Masculino
- Edad: 18 a 20 años
- Experiencia: 2 años.
- Formación Académica: Primaria
- Conocimientos adicionales: No es necesario.
- Habilidades: Ser responsable.

Cargo 10:

Cargo: Servicios varios.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Resumen del cargo: Persona encargada de manejar los implementos del centro como de manejar correctamente, las máquinas de balanceo y alineación, saber cambiar aceites a los vehículos y que se encargue del lavado de vehículos.

- Sexo: Masculino
- Edad: 25 a 28 años
- Experiencia: 6 años.
- Formación Académica: Ingeniero mecánico
- Conocimientos adicionales: No es necesario.
- Habilidades: Ser responsable y cuidadoso con lo que haga.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y Derechos

Tabla 3: Manual de Funciones

CARGO	NIVEL	INTERACCIONES	RESPONSABILIDADES	DERECHOS
Administrador	Primario	Reporta: Junta directiva	Persona encargada de llevar con eficiencia todos los procesos. Es el responsable de dar informes a la junta directiva de todo lo que suceda, así como presentar reportes de ventas diarias, arqueo de caja, y de los servicios que se realicen. También se encargará de recibir la mercadería y crear e implementar estrategias de Marketing.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Jefe de Ventas	Secundario	Reporta: Administrador	Persona encargada de generar estrategias para generar más ventas, hacer cumplir a los vendedores las metas asignadas, capacitar a los vendedores, brindarle la información necesaria que vayan a necesitar para poder realizar las ventas. Controla al personal de ventas y al de despacho.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Vendedor 1	Secundario	Reporta: Jefe de ventas	Persona encargada de realizar las ventas que conozca ampliamente de los productos y servicios que va a ofrecer. Cumpla con las metas de ventas.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Vendedor 2	Secundario	Reporta: Jefe de ventas	Persona encargada de realizar las ventas que conozca ampliamente de los productos y servicios que va a ofrecer. Cumpla con las metas de ventas.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Despachador 1	Secundario	Reporta: Jefe de ventas	Persona encargada de despachar bien los productos y que sepa manejar inventario.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Despachador 2 y de Servicios Varios	Secundario	Reporta: Jefe de ventas	Persona encargada de despachar bien los productos y que sepa manejar inventario, además	Sueldo fijo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN
S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

			tiene que saber hacer los servicios que se realizan en el centro.	Beneficios de la ley
Conserje/ mensajero	Secundario	Reporta: Administrador	Persona encargada de cuidar el centro y hacer mandados como ir al banco a hacer los depósitos.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Cajero	Secundario	Reporta: Administrador	Persona encargada facturar y cobrar que haga un arqueo de caja diario.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Limpieza	Secundario	Reporta: Administrador	Persona encargada de limpiar las instalaciones y maquinarias del centro.	Sueldo fijo Beneficios de la ley
Servicios varios	Secundario	Reporta: Administrador	Persona encargada de manejar los implementos del centro como de manejar correctamente, las máquinas de balanceo y alineación, saber cambiar aceites a los vehículos y que se encargue del lavado de vehículos.	Sueldo fijo Beneficios de la ley

Elaborada por: Autora

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

El centro de servicios automotrices se denominará ESCOCED S.A. (ESCOBAR CEDEÑO SOCIEDAD ANÓNIMA) que brinda servicios de lavado del vehículo, alineación, balanceo y cambio de aceite además de vender las llantas que se importan en ESTOVAN S.A. Ofreciendo un excelente producto y servicios computarizados.

Esta idea surgió por la baja rentabilidad que está obteniendo el grupo ESTOVAN S.A. debido a sus ventas al por mayor ampliando el modelo de negocio, potencializando las ventas al consumidor final.

El domicilio de la empresa será en el norte Guayaquil. Es importante indicar que las acciones que tome la empresa se registrarán en base al objeto social de la misma detallada a continuación:

El plazo de duración de la compañía es indefinido, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura de constitución de la empresa en el Registro Mercantil. Este plazo se podrá prorrogar por decisión de la Junta de Accionistas; así como también se podrá disolver la compañía antes del plazo en base a los estatutos, forma y condiciones que señala la Ley de Compañías.

La compañía será gobernada por la Junta General de Accionistas quienes se encargarán de elegir al Representante Legal. Las Juntas Generales serán extraordinarias, se realizarán reuniones cada vez que sea necesario.

Es importante mencionar que la representación legal y judicial la llevará el Gerente General quien podrá ejercer derechos y contraer obligaciones de la compañía.

En lo que respecta al pago de utilidades netas se repartirá de forma igualitaria ya que en la empresa sólo existirán tres socios con el mismo número de acciones.

Los accionistas de la empresa estarán conformados por:

- Elizabeth Cristina Escobar Cevallos.
- Galo Verdi Escobar Triviño.
- Patricio Xavier Cedeño Crespín.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa ESCOCED S.A. está fundada bajo el formato de Sociedad Anónima, cuyo capital está dividido en acciones negociables, es decir que el accionista puede vender sus acciones como desee.

No hay problema si varias personas ajenas al perfil profesional desean invertir en la empresa ya que ayudan a incrementar el capital social promoviendo al desarrollo de la misma en el mercado.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la empresa es de US\$150.000,00, dividido en 50.000 acciones, con un valor nominal de un dólar (US\$1,00) cada una. Es importante destacar que el capital social podrá ser aumentado cada vez que la Junta General de Accionistas lo decida. Cada accionista influirá en la toma de decisiones, el gerente de la compañía será elegido en la Junta General Accionaria. Los títulos de las acciones contarán con los requerimientos que imponga la ley y serán firmadas por el gerente general – representante legal de ESCOCED S.A. El registro de las acciones por cada socio se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 4: Propiedad Accionaria

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ACCIONISTAS	TÍTULOS ACCIONARIOS	ACCIONES
Elizabeth Cristina Escobar Cevallos	Nº 1	50000
Galo Verdi Escobar Triviño	Nº 2	50000
Patricio Xavier Cedeño Crespín	Nº 3	50000

Elaborado por: Autora

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La empresa estará dirigida por la junta general de accionistas y administrada por el gerente general, quien tendrá los derechos que la ley y los estatutos de la compañía le otorgue. El representante legal será el gerente general de la empresa y será elegido por la junta general de accionistas, el mismo que podrá aceptar sus obligaciones a partir de la inscripción del cargo en el Registro Mercantil, para lo cual se deberá cumplir con lo siguiente:

1. Se hace conocer el cargo a través de una carta.
2. Se debe obtener la aceptación del elegido a través de la firma donde se compromete asumir el cargo con responsabilidad, apegado a la ley y a los estatutos internos de la empresa.
3. Se inscribe el nombramiento en el Registro Mercantil.

El gerente tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía de manera individual. Sus obligaciones son a) Gobernar los establecimientos, empresa, instalaciones y negocios del Grupo ESTOVAN S.A. ejecutando a nombre de ella toda clase de actos y celebrar contratos sin más limitación que la establecida en los estatutos; b) Abrir cuentas bancarias a nombre de la empresa; c) Verificar los informes, balances, inventarios y cuentas.

3.1.5. Compañías Extranjeras

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

No aplica en el presente trabajo de titulación.

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

De acuerdo al Art. 45 de la ley del mercado bursátil, la Superintendencia de Compañías es la constitución de una bolsa de valores, procediendo simultáneamente a su inscripción en el Registro del Mercado de Valores, cuando se acredite que se ha constituido para el objeto previsto en la Ley, cuente con un patrimonio mínimo de setecientos ochenta y ocho mil seiscientos setenta (788.670) dólares de Estados Unidos de América, y que tenga al menos diez trabajadores que reúnan las condiciones para poder actuar como casa de valores. (BOLSA DE VALORES DE QUITO, 2014). Por todo lo expuesto anteriormente ESCOCED S.A. no es apta, por lo tanto no cotizará en la Bolsa de Valores de Guayaquil.

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

ESCOCED S.A. funcionará en base a las leyes que están establecidas en el Código de Trabajo, en la cual se realizará contrato por tiempo plazo fijo a sus trabajadores. El pago de la remuneración salarial se lo hará cada quince de cada mes.

La empresa tendrá 10 trabajadores.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ESCOCED S.A. cumplirá con lo establecido en el Mandato # 8, en lo que respecta al artículo 1 se indica lo siguiente: Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador. (ASAMBLEA CONSTITUYENTE, 2008)

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

. El contrato de trabajo se lleva a cabo cuando existe un acuerdo entre trabajador y empresario por el que se presten unos servicios bajo la dirección y organización de éste a cambio de una retribución económica.

El contrato que utilizará ESCOCED S.A. será de mutuo acuerdo por tiempo fijo será por un año luego de cumplir el año si no existen problemas se convertirá en indefinido.

3.2.4. Obligaciones del Empleador

ESCOCED S.A. como empleador asumirá las siguientes obligaciones:

- Celebrar un contrato de trabajo
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a los trabajadores a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
 - El sueldo básico que se debe pagar es de US\$340,00.
 - Asumir el porcentaje que corresponde al empleador por la seguridad social.
 - Pagar horas extras y suplementarias a sus trabajadores
 - Pagar los décimos tercero y cuarto a tiempo.
 - A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
 - Pagar a los trabajadores al menos el 30% de las utilidades brutas que ha generado la empresa. Así mismo, en base al valor de las utilidades brutas cada uno

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de los empleados gozarán del 15% de las mismas determinado de la siguiente manera: 10% de las utilidades a todos los trabajadores por igual y 5% adicional por cargas, llámese así al cónyuge o pareja de unión libre, a los hijos menores de edad o menor de 21 años que no trabajen e hijos discapacitados de cualquier edad trabajen o no.

3.2.5. Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Los trabajadores de ESCOCED S.A. a más de la remuneración mensual, tienen derecho al décimo tercero que es una remuneración calculada desde el primero diciembre del año anterior hasta el treinta de noviembre del año en curso, esto equivale a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año calendario, esta bonificación tiene plazo a pagarse hasta el 24 de diciembre.

Así mismo los empleados recibirán una bonificación adicional anual denominada décimo cuarta remuneración calculada desde el primero abril del año anterior al treinta y uno de marzo del año en curso, equivalente a un sueldo básico mínimo, vigente a la fecha de pago, respectivamente. Esta remuneración se debe pagar hasta el 15 de marzo.

3.2.6. Fondos de Reserva y Vacaciones

El trabajador de ESCOCED S.A., con relación de dependencia, tendrá derecho al pago mensual del Fondo de Reserva por parte de su empleador, en un porcentaje equivalente al ocho coma treinta y tres por ciento (8,33%) de la remuneración aportada al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, después del primer año(a partir del mes 13) de trabajo. (ECUADOR LEGAL ONLINE, 2014).

3.2.7. Asociación de Trabajadores

De acuerdo a lo indicado en el Art. 443 del Código de Trabajo, para formar una asociación de trabajadores o sindicato se necesita en número no menor de treinta al tratarse de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

trabajadores, o de tres al tratarse de empleadores; sin embargo, ESCOCED S.A. por ser una empresa nueva en el mercado que está conformada por diez trabajadores no emplea este tipo de asociaciones.

3.2.8. Inspección de Discapitados a Puestos de Trabajo

Según lo determinado en el Artículo 42 del Código de Trabajo. Numeral 33, el empleador privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores en la empresa, está obligado a contratar, el 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

El contrato es un acuerdo de voluntades que crea o transmite derechos y obligaciones a las partes que lo suscriben. Los contratos que ejecutará ESCOCED S.A. con sus proveedores tendrán tres principios básicos que son:

1. Consensualidad.

Este principio se extiende en la declaración conjunta de voluntad para la formación del contrato. (OSTERLING)

2. Autonomía de voluntad.

Los sujetos que se obligan tienen plena autodeterminación individual del acto, el mismo que generará una relación obligacional que afectará su esfera de interés y su patrimonio. (OSTERLING)

3. Inalterabilidad.

Se debe respetar lo pactado por las partes cuando ello sea lícito y posible, ya que usualmente el límite a la autonomía de la voluntad está impuesto por la licitud de los acuerdos (OSTERLING).

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Los contratos de prestación de servicio es un contrato mediante el cual un profesional de algún área realiza una serie de servicios a cambio de un precio.

En este caso en particular ESCOCED tendrá un contrato con el Ing. Roque Macías, que en su calidad de proveedor de servicios profesionales se encargará de controlar el sistema de operación de la empresa.

3.3.3. Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios

El contrato de servicios profesionales estará conformado por ocho cláusulas el cual detalla los derechos y obligaciones que contraen el contratante y el proveedor de los servicios profesionales.

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Mediación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La institución de la Mediación, está regulada por la nueva Ley de Arbitraje y Mediación y por la Constitución de la República, siendo ésta una nueva figura legal que faculta a las partes concurrir a un Centro de Mediación en el caso de que tuvieren algún desacuerdo, antes de iniciar una acción legal o juicio, contando para ello con el apoyo de un mediador capacitado, pudiendo llegar a un acuerdo voluntario. Asimismo, es un juicio o litigio, el mismo que es conocido por árbitros designados de mutuo acuerdo por las partes, o si no hay acuerdo, el Centro que tenga que administrar el proceso sorteará de su lista de árbitros aprobados, a aquellos que deberán cumplir tan importante y delicada función de actuar de jueces. (ROMERO ARTETA PONCE)

Si por alguna razón, las partes intervinientes en un contrato no han negociado una cláusula arbitral antes de la firma del contrato, lo pueden hacer posteriormente, durante la vida de la relación comercial. Es recomendable estipular la cláusula arbitral antes de la firma del contrato, pues, existe mayor facilidad de negociación que cuando se presenta el inconveniente. (ROMERO ARTETA PONCE)

3.3.5. Generalidades y Contratación Pública

La Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCP), regula la constitución, organización, funcionamiento, fusión, escisión y liquidación de las empresas públicas que no pertenezcan al sector financiero y que actúen en el ámbito internacional, nacional, regional, provincial o local; y, establecen los mecanismos de control económico, administrativo, financiero y de gestión que se ejercerán sobre ellas, de acuerdo a lo dispuesto por la Constitución de la República. (SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA, 2014)

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

Este contrato tiene el fin de proteger toda la información de la empresa sin derecho a divulgación a terceros:

- Información Financiera.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Manual de procesos
- Cartera de clientes.
- Negociaciones con proveedores
- Contratos laborales.
- Infraestructura del establecimiento.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

Tabla 5: Código de ética

CON NUESTROS CLIENTES	CON NUESTROS PROVEEDORES	CON EL GOBIERNO	CON LOS DEMÁS ACCIONISTAS	CON LA COMPETENCIA	CON LA SOCIEDAD	CON NUESTROS COLABORADORES
Brindar productos y servicios de calidad.	Mantener relaciones de cordialidad y honestidad construyendo relaciones de negocios duraderas.	Respetar las leyes.	Proporcionar rentabilidad comprobada.	Competir con integridad y respeto.	Apoyar el crecimiento económico del país.	Garantizar el respeto en un ambiente de bienestar y desarrollo.

Elaborado por: Autora

3.4.2. Indicadores de Gestión

La empresa ESCOCED S.A. implementará indicadores de gestión que le permitan:

- Detectar robo.
- Verificar el cumplimiento de las políticas de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Evaluar el nivel de capacitación del personal.
- Garantizar la calidad de los servicios ofrecidos.
- Aplicar el código de ética.

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios

Política Salarial

El sueldo básico unificado, será la base sobre la cual se realizará el cálculo de las remuneraciones a pagar a los empleados, considerando el cargo a desempeñar y la experiencia personal; de modo tal forma que nadie reciba menos de \$ 340,00 mensuales.

El incremento de este sueldo básico se hará en base a lo que indique el GOBIERNO NACIONAL.

Beneficios Sociales

Según las disposiciones impuestas por el código de trabajo en su capítulo IV, a partir del artículo 91 hace mención sobre el derecho que tienen los trabajadores de percibir los siguientes beneficios:

- Decimotercera remuneración o bono navideño, equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que se hubieren percibido durante todo el año calendario y se paga el 15 de diciembre de cada año.
- Decimocuarta remuneración o bono escolar, equivalente a un mes de salario básico (\$ 340,00) y se paga 15 días antes del inicio de clases según la región y la fecha establecida por el Ministerio de Educación y Cultura. En la región costa corresponde al mes de abril.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- El pago de vacaciones se hará en forma general y única calculando la veinticuatroava parte de la remuneración percibida por el trabajador durante un año completo de trabajo.
- Fondo de Reserva, de acuerdo a la nueva ley para publicada en el Registro Oficial No. 644, del 29 de Julio de 2009, se establece una nueva modalidad de pago del fondo de reserva mediante el cual, el empleador pagará por este concepto de manera mensual y directa a sus trabajadores, conjuntamente con el salario, un valor equivalente al 8.33% de la remuneración de aportación.

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

En referencia a este apartado las políticas son las siguientes:

- Las decisiones tomadas por la junta directiva van a ser difundidas con todo el personal de ESCOCED S.A.
- Queda prohibido a los empleados de ESCOCED S.A. difundir cualquier tipo de información confidencial.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

Para el registro de marca y logo de la empresa se lo realizará en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

Para este efecto, en la elaboración del manual del proceso es importante considerar los siguientes aspectos:

- Identificación de la Empresa
- Departamentos Involucrados
- Personas Responsables.

- Cronogramas de Trabajo.

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

El derecho de autor es un sistema jurídico que concede a los autores, derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración de los Derechos Humanos. Este debe ser registrado en el IEPI así el autor se beneficiará de la presunción de autoría que la Ley reconoce a su favor.

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad

No se ha creado nada que deba ser patentado.

3.6. Seguros

Los seguros son contratos mediante el cual una de las partes denominada asegurador se obliga, a través de una prima abonada por otra parte conocida como el asegurado, a compensar un daño o cumplir un servicio convenido en caso de ocurrir un imprevisto, accidente o desperfecto, la compañía aseguradora de ESCOCED S.A. será ACE SEGUROS.

3.6.1. Incendio

El seguro contra incendios será contratado por “ACE” y tendrá cobertura para todo tipo de riesgo, según condiciones generales de la póliza, incluyendo:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Incendio y/o rayo
- Terremoto, temblor y/o erupción volcánica
- Explosión
- Daños por agua
- Daños por lluvia e inundación incluye granizada
- Motín y huelga
- Cobertura extendida
- Robo.

3.6.2. Robo

La responsabilidad máxima de la compañía en caso de siniestro, será el valor asegurado de la póliza. Por lo tanto, en caso de un siniestro que llegue a este valor, el deducible se descontará de este monto.

3.6.3. Fidelidad

La presente póliza se emite para amparar a todo el Personal del Asegurado, que conste en el Rol de Pagos bajo contratos de trabajo legalmente establecidos siempre y cuando el o los Implicados mantengan relación directa con el Asegurado. Su cobertura abarca:

- Falsificación, robo, ratería, desfalco, sustracción fraudulenta, mal uso premeditado estafa y cualquier otro acto fraudulento que produzca un perjuicio económico comprobable, cometido por el o los empleados al servicio del Asegurado, actuando solo o en complicidad con otros.

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Mediante el amparo de buen uso de anticipo se garantiza la devolución a ESCOCED S.A., de los dineros o bienes entregados al contratista en calidad de anticipo para la ejecución del contrato y de los cuales éste hubiese hecho un uso o apropiación indebidos.

Este amparo no se extiende a cubrir el uso de los dineros entregados como pago anticipado al contratista, riesgo este que también se cubrirá en los eventos a que haya lugar y según se define a continuación en la póliza.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

La cobertura de esta póliza abarca todo riesgo de pérdida o daño físico, súbito e imprevisto, por cualquier causa que no esté expresamente excluida en las condiciones generales de la póliza de maquinarias, incluyendo incendio y/o rayo, robo, motín, huelga, conmoción civil, eventos de la naturaleza (terremoto), suspensión de energía eléctrica proveniente de la red pública siempre y cuando posean los equipos UPS y/o estabilizador de voltaje adecuados.

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

Toda la mercadería estará asegurada.

3.7. Presupuesto

El presupuesto para trámites legales y gastos de seguros es el siguiente:

Gastos de Constitución \$1.000,00

Gastos de Registro de marca en el IEPI \$135,00

Gastos de Seguros de Propiedad/Incendio (Todo Riesgo daño material):

Valor de la prima: \$70.000,00

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN
S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 6: Provisión de Sueldos Año 1

CARGOS	Meses	SUELDO MENSUAL	9,45%	11,15%	XIII SUELDO	VACACIÓN	FONDO DE RESERVA	TOTAL BENEFICIOS LEGAL POR AÑO	RECEBIR
			IESS	IESS PATRONAL	ANUAL	SUELDO	SUELDO		MENSUAL
ADMINISTRADOR	12	\$ 4.000,00	\$ 378,00	\$ 446,00	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	\$ 10.000,00	\$ 4.824,00
JEFE DE VENTAS	12	\$ 2.500,00	\$ 236,25	\$ 278,75	\$ 2.500,00	\$ 1.250,00	\$ 2.500,00	\$ 6.250,00	\$ 3.015,00
VENDEDOR 1	12	\$ 1.000,00	\$ 94,50	\$ 111,50	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 2.500,00	\$ 1.206,00
VENDEDOR 2	12	\$ 1.000,00	\$ 94,50	\$ 111,50	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 2.500,00	\$ 1.206,00
DESPACHADOR1	12	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 50,18	\$ 450,00	\$ 225,00	\$ 450,00	\$ 1.125,00	\$ 542,70
DESPACHADOR 2 Y DE SERVICIOS VARIOS	12	\$ 1.500,00	\$ 141,75	\$ 167,25	\$ 1.500,00	\$ 750,00	\$ 1.500,00	\$ 3.750,00	\$ 1.809,00
CONSERJE	12	\$ 420,00	\$ 39,69	\$ 46,83	\$ 420,00	\$ 210,00	\$ 420,00	\$ 1.050,00	\$ 506,52
CAJERO	12	\$ 600,00	\$ 56,70	\$ 66,90	\$ 600,00	\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 1.500,00	\$ 723,60
PERSONA DE LIMPIEZA	12	\$ 420,00	\$ 39,69	\$ 46,83	\$ 420,00	\$ 210,00	\$ 420,00	\$ 1.050,00	\$ 506,52
PERSONA DE SERVICIOS VARIOS	12	\$ 1.000,00	\$ 94,50	\$ 111,50	\$ 1.000,00	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 2.500,00	\$ 1.206,00

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Entorno Político y Social

Actualmente el Ecuador se encuentra con estabilidad política ya que en el gobierno del presidente Rafael Correa hay una mejor administración en las instituciones gubernamentales y privadas.

En el Ecuador se desecha anualmente millones de neumáticos, un porcentaje de ellos es reutilizado para el reencauchado. El Ministerio del Ambiente expidió mediante un acuerdo ministerial, el Plan de Gestión Integral de los neumáticos usados. El programa “REUSA LLANTA” que emprende el Gobierno del Ecuador dinamiza la cadena productiva de reencauche de llantas para buses y camiones. El objetivo es establecer los requisitos de los procedimientos y especificaciones ambientales para la elaboración, aplicación y control del plan para la recuperación y tratamiento de llantas. (ECUADOR INMEDIATO, 2014)

El gobierno ecuatoriano en una forma sistemática ha tratado de frenar las importaciones de llantas con la imposición de trabas como: sacar certificados INEN, sacar licencias previas ante el MIPRO, también medidas como imponer un porcentaje de reencauchabilidad en las llantas de camión, así mismo se está tratando el tema de la recolección de llantas, esto significaría que los importadores o distribuidores tienen que entregar un plan de contingencia al ministerio del medio ambiente en el cual tienen que demostrar que las marcas que se importan por la mayoría de los distribuidores por lo menos el primer año reciclar el 20% de la

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

llantas ya que es un desecho tóxico. Actualmente se paga \$0,63 centavos por cada kilo de llanta en la partida de llantas para autos y camionetas y en lo que respecta a la partida arancelaria para las llantas de camión se paga \$0,83 centavos por kilo de ad valorem aparte el 1%,0,5% FODINFA y el 12% IVA. Actualmente para importar llantas, la fábrica tiene que cumplir con las normas ISO de calidad, los productos que fabrica tienen que estar auditados por una empresa verificadora internacional que le emita los certificados de conformidad de calidad, una vez que se obtiene estos certificados los tiene que verificar la OAE dándole su validez, con estos documentos adjunto a los informes de prueba se los ingresa al INEN y este organismo actualmente exige que se haga este trámite por cada importación de llantas, anteriormente se los obtenía dependiendo a la vigencia del certificado de conformidad. Aparte del INEN, para las importaciones se registra en el MIPRO para obtener las licencias previas al embarque, para obtenerlas se entrega todos los certificados que demuestren que la empresa está al día con las obligaciones tributarias con el SRI, con la Superintendencia de Compañías y con el IESS. Con esto se hace la solicitud con la cantidad de llantas a importar, anteriormente se los obtenía dependiendo a la vigencia del certificado de conformidad. (ESCOBAR, 2014)

Entorno Económico

La tasa anual de inflación de Ecuador se desaceleró a 2,70% en el 2013 frente al 4,16% registrado el año previo, informó este martes la agencia oficial de estadística. Los precios al consumidor en el último mes del año se ubicaron en 0,20%, frente al -0,19 % del mismo mes de 2012, mientras que en noviembre de este año fue del 0,39 %. El índice registrado en el 2013 está por debajo de la meta original de 3,93% fijada por el Gobierno para el periodo. (CORREA, 2014)

Guayaquil fue la ciudad con la inflación mensual más alta, con el 0,50%, seguida de Manta con el 0,43%, mientras que Quito y Cuenca fueron las que menos inflación registraron, con el 0,05 y -0,45% respectivamente. La canasta básica familiar se ubicó en 620,86 dólares, mientras el ingreso mensual para familias con 1,6 miembros fue de 593,60 dólares. Para 2014, se calcula que la inflación será del

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

3,2%, también habrá crecimiento real del producto interno bruto (PIB) del 4,5% al 5,1%. (CORREA, 2014)

El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (**COMEXI**) emitió la **Resolución 467** en la cual se establece la distribución de los **cupos por importador**, para la aplicación de la Salvaguardia Balanza de Pagos.

Tabla 7: Indicadores Económicos

▶ Deuda Externa Pública como % del PIB (Septiembre 2013):	13.90%
▶ Inflación Anual (Marzo-2014/Marzo-2013):	3.11%
▶ Inflación Mensual (Marzo-31-2014):	0.70%
▶ Tasa de Desempleo a Diciembre-31-2013:	4.86%
▶ Tasa de interés activa (abril/14):	8.17%
▶ Tasa de interés pasiva (abril/14):	4.53%
▶ Barril Petróleo (WTI 20-Mar-14):	99.43USD
▶ Índice Dow Jones (20-Mar-2014):	16331.05
▶ Riesgo País (20-Mar-2014):	535.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Tecnológico

En Ecuador el 8,4% (522.640) de las personas que tienen celular poseen un teléfono inteligente o un Smartphone. El 69,9% de las personas con smartphones lo utiliza para acceder a redes sociales, el 69,8% como buscador de Internet, el 65,9% para usar correo electrónico, el 62,1% para juegos, música y el 42,8% por su función GPS. (MINTEL/INEC, 2011)

De acuerdo a la información obtenida se puede decir que es muy útil, ya que así se puede crear estrategias de marketing en Internet para dar a conocer el Centro de Servicios Automotrices básico ESCOCED S.A.

Por otro lado como avanza la tecnología ESCOCED S.A. puede crear un planta de reciclaje de llantas usadas.

4.2. Macro, Meso y Micro

El entorno macro de ESCOCED S.A. será en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas que cuenta con 2'578.201 habitantes. Mientras que el entorno meso de la empresa será el sector automotriz. Por último el entorno micro del proyecto son las empresas o negocios que comercializan y dan servicio de mantenimiento básico al parque automotor.

4.3. Atractividad de la Industria

La industria automotriz a nivel mundial ha demostrado un gran crecimiento en los últimos 10 años, esto ha llevado a que exista mayor cantidad de neumáticos y lo relacionado con el mantenimiento del vehículo.

En el Ecuador, este fenómeno se ha evidenciado de igual manera con similares características de crecimiento en el parque automotor, especialmente luego de la dolarización de 1999. (DAVALOS, 2004) Lo que ha impulsado no solo la comercialización de vehículos sino también las llantas. En este caso la comercialización de llantas chinas y taiwanesas importadas por ESTOVAN S.A. genera un mayor margen de utilidad obligando que el mercado se cada vez más competitivo.

Tabla 8: Importaciones de llantas por peso neto en toneladas por segmento

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Importaciones de llantas por peso neto en toneladas por segmento

TIPO	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
LIVANO	7.446,45	8.326,68	8.315,09	12.084,98	10.063,50	10.966,04	13.393,05	8.802,84	19.522,06	17.939,25	15.469,04	17.634,44
BUS Y CAMIÓN	10.215,99	11.131,58	14.960,97	20.166,61	19.598,08	21.045,37	22.863,18	19.144,82	29.890,35	22.829,24	20.545,63	26.558,94
CONSTRUCCIÓN	493,94	613,10	663,29	764,27	829,30	1.142,80	1.548,51	2.270,63	2.847,56	2.788,19	2.397,91	2.506,42
AGRÍCOLA	399,89	397,50	523,15	513,25	713,03	961,68	796,61	910,79	597,51	674,26	610,95	646,43
MOTOS	180,27	335,01	272,94	447,02	664,08	993,45	1.255,79	1.198,73	1.598,41	1.285,84	1.412,19	1.840,46
OTROS	470,92	161,04	131,33	222,38	272,66	375,88	559,89	681,60	121,29	233,94	68,78	111,15
TOTAL GENERAL	19.207,45	20.964,92	24.866,76	34.198,52	32.140,65	35.485,22	40.417,02	33.009,41	54.577,18	45.750,72	40.504,50	49.297,85

Fuente: AEADE 2013

Tabla 9: Importaciones por marca 2012 en unidades

Importaciones por marca 2012 - Unidades

MARCA	UNIDADES EN MILES	% PARTICIPACION
MAXXIS	412,46	13,35%
MARCAS CHINAS	326,12	10,56%
BRIDGESTONE	168,76	5,46%
FORTUNE	166,59	5,39%
GOODYEAR	157,40	5,10%
HANKOOK	148,92	4,82%
KUMHO	103,97	3,37%
LINGLONG	96,71	3,13%
CONTINENTAL TIRE	87,10	2,82%
DOUBLE COIN	83,53	2,70%
YOKOHAMA	78,78	2,55%
DURO	66,79	2,16%
MICHELIN	66,68	2,16%
TRIANGLE	64,63	2,09%
NANKANG	64,33	2,08%
DUNLOP	60,96	1,97%
LIMA CAUCHO	58,65	1,90%
KAYER	57,25	1,85%
OTRAS MARCAS	819,48	26,53%
TOTAL GENERAL	3.089,11	100,00%

Fuente: AEADE 2012

Tabla 10: Importaciones por marca 2012-FOB

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES
DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Importaciones por marca 2012 - FOB

MARCA	FOB EN MILES	PARTICIPACIÓN
GOODYEAR	26.466,04	10,30%
MAXXIS	25.964,85	10,10%
MARCAS CHINAS	18.695,49	7,27%
BRIDGESTONE	17.330,13	6,74%
DOUBLE COIN	15.469,42	6,02%
HANKOOK	14.998,93	5,84%
MICHELIN	12.130,30	4,72%
KUMHO	10.983,96	4,27%
YOKOHAMA	8.608,83	3,35%
CONTINENTAL TIRE	7.353,90	2,86%
TRIANGLE	6.403,06	2,49%
LINGLONG	6.097,50	2,37%
SUMITOMO	5.046,98	1,96%
LIMA CAUCHO	4.859,25	1,89%
NANKANG	4.413,36	1,72%
KAYER	4.244,45	1,65%
SOLIDEAL	3.945,98	1,54%
AEOLUS	3.795,35	1,48%
OTRAS MARCAS	60.181,19	23,42%
TOTAL GENERAL	256.988,97	100%

Fuente: AEADE 2012

Tabla 11: Importaciones por marca 2013-Toneladas

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES
DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Importaciones por marca 2013 - Toneladas

MARCA	PESO EN TONELADAS	PARTICIPACIÓN
DOUBLE COIN	5.782,76	11,73%
MAXXIS	4.401,68	8,93%
KUMHO	3.905,89	7,92%
MARCAS CHINAS	3.308,32	6,71%
GOODYEAR	2.997,87	6,08%
HANKOOK	2.476,26	5,02%
TRIANGLE	1.770,87	3,59%
BRIDGESTONE	1.731,31	3,51%
KAYER	1.698,86	3,45%
MICHELIN	1.497,83	3,04%
YOKOHAMA	1.221,54	2,48%
SAILUN	1.138,29	2,31%
LIMA CAUCHO	914,93	1,86%
COOPER	814,81	1,65%
LINGLONG	739,98	1,50%
ROADLUX	687,43	1,39%
NANKANG	650,19	1,32%
EFFIPLUS	637,50	1,29%
OTRAS MARCAS	12.921,52	26,21%
TOTAL GENERAL	49.297,85	100,00%

Fuente: AEADE 2013

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

En Guayaquil la demanda de centros de servicios automotrices básicos va en aumento debido a la cantidad de vehículos existentes que necesitan el cambio de llantas y a la vez el mantenimiento del vehículo.

Ilustración 2: Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

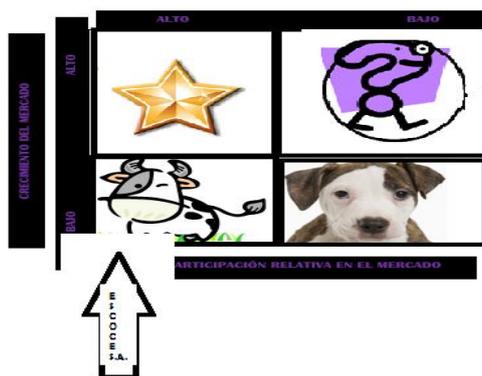


Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

4.5. Matriz BCG

La matriz Boston Consulting Group (BCG) analiza 4 escenarios siendo estos: producto estrella, producto interrogante, producto vaca y producto perro.

Ilustración 3: Matriz Boston Consulting Group



Elaborado por: La Autora Fuente: Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La empresa se encuentra en la industria de servicios automotrices básicos en la ciudad de Guayaquil.

Se va calificar las fuerzas del 1 al 7. Siendo 1 muy bajo y 7 muy alto.

AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS

Actualmente en la industria de centros de servicios automotrices no existen leyes y normativas que se impongan. La puesta en marcha de este tipo de establecimientos requiere de mucha inversión lo que se puede considerar como barrera de entrada que a su vez deriva la necesidad de buscar financiamiento. Cabe recalcar que en este tipo de industria participan una gran cantidad de empresas que cuentan con infraestructura y maquinaria.

En esta amenaza se puede concluir que esta fuerza es moderadamente alta con una calificación de 5 ya que existe mucha competencia y la puesta en marcha de este tipo de establecimientos es costosa.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS SUPLIDORES

En el país y en la ciudad existen varias empresas proveedoras de insumos, maquinarias y todo lo necesario para el funcionamiento de Centros de Servicios Automotrices, las cuales se pueden cambiar con facilidad. Por lo tanto, se considera que el poder de negociación de los suplidores es muy bajo, con una calificación de 2.

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Esta industria tiene un bajo grado de sustitución porque estos servicios se realizan generalmente en centros de servicios automotrices básicos.

En referencia a los productos en este caso las llantas nuevas no tienen sustitutos pero se puede optar por comprar llantas reencauchadas, aunque una opción con mucho nivel de aceptación.

Se considera que esta fuerza tiene una calificación de 2, lo cual implica que es baja.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE COMPRADORES

Los clientes influyen en los precios que pagan a la industria por los servicios que reciben por lo que se considera que esta fuerza tendría una calificación de 6. Cabe mencionar que al no existir buenos sustitutos las empresas de la industria aceptan la influencia de los clientes.

En esta fuerza se puede concluir que es alta con una calificación de 6 ya que existe competencia, los clientes pueden comenzar a regatear precios y también van a querer más descuentos.

GRADO DE RIVALIDAD

Hoy en día el parque automotor va en aumento lo que deriva a que existan un gran número de competidores, en lo que respecta a centros de servicios automotrices, ya sean vulcanizadoras, talleres artesanales y los comúnmente llamados tecnicentros que cuentan con un alto grado de similitud diferenciándolos que unos cuentan con tecnología de punta y otros operan artesanalmente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Hay muchas opciones y el servicio que brindan es poco diferenciado por lo cual el grado de rivalidad tiende a ser muy alto. La calificación de esta fuerza es de 7.

CONCLUSIÓN

Se considera que la Industria no es atractiva desde el punto de vista del análisis de Porter pero considerando que ESCOCED S.A. cuenta con su propio suplidor que le permite tener costos más bajos y enfrentarse de mejor manera a las condiciones de rivalidad y al poder de negociación de los clientes la convierte en atractiva.

Este proyecto si es atractivo por la cantidad de flujo vehicular además porque es considerado un modelo de negocio rentable.

4.8. Análisis de Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

La ESCOCED S.A. identificará los puntos más relevantes de sus competidores analizando lo siguiente:

Competencia Directa: Aquellas empresas que ofrecen productos iguales y dan servicios similares con otros precios como: similares con otros precios como: JULIO GUERRA ACCINI, ANDRÉS BORBOR, MUKHI, ANTONIO PINO YCAZA.

Competencia Indirecta: Son las vulcanizadoras y los centros artesanales de servicios automotrices.

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Mercado Potencial: Son todas las personas que tengan necesidad de comprar llantas para sus vehículo o hacerle un mantenimiento básico a su vehículo alrededor de 1'000.000,00 personas

Mercado Real: Todas las personas que circulen con su vehículo por el sector norte de Guayaquil.

Mercado Meta: Personas que circulen con su vehículo y habiten en el sector Norte de Guayaquil zona avenida de las Américas de estatus social medio típico y medio alto.

4.8.3. Características de los Competidores

Tabla 12: Características de los Competidores

EMPRESA	LIDERAZGO	ANTIGÜEDAD DE TIEMPO	PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE	LINEA DE PRECIO	UBICACIÓN
---------	-----------	----------------------	----------------------------------	-----------------	-----------

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ANTONIO PINO YCAZA	Alto Porque tienen variedad de productos y tienen su propia fábrica de reencauche.	80 años	Ofrecen marcas y productos como: <ul style="list-style-type: none"> • Llantas Goodyear para auto, camioneta, SUV, VAN, buses, camiones, maquinaria agrícola, minera y portuaria; servicio técnico especializado y reencauche de llantas para buses y camiones. • Baterías Exiwill. • Montacargas Yale en venta o alquiler, servicio técnico y repuestos. • Carretillas y tecles Yale. • Llantas Watts para montacargas. • Baterías Enersys para montacargas eléctricos. • Accesorios Cascade para montacargas. • Compresores y Herramientas Schulz. • Equipos Cartek para talleres. • Aceites, grasas y lubricantes Shell y Valvoline. • Uniones de puentes, defensas de muelles Trelleborg. 	Medio alto	1) Avenida Juan Tanca Marengo 107 Guayaquil. 2) Avenida Carlos Julio Arosemena Tola Km 3.5 Guayaquil
ANDRES BORBOR S.A.	Alto Se encuentra en la mente del consumidos además de ofrecer cantidad de productos.	Más de 20 años	Ofrecen Servicio de Alta Calidad en Balanceo, Alineación y Enllantaje, Además Venta de Baterías, LLantas y Aros.	Medio alto	Av. Plaza Dañín 810 y pelcano este.
GRUPO JULIO GUERRA ACCINI	Alto Tiene posicionamiento en mercado, es reconocido, además tiene una amplia gama de productos y servicios.	Más de 40 años	Ofrecen servicios de: Balanceo, Alineación, Enllantaje, Mantenimiento de frenos, Lavado, Limpieza de inyectores, Suspensión, Manteniendo de A/C, Scanner Vehicular. Además Venta de Baterías, LLantas y Aros.	Medio alto	1) Ciudadela la Garzota Av/ Agustín Freire mz 23 solar 2 y 3. 2) Avda. Plaza Dañín #937 y Armando Pareja 23. 3) Coop. Unidos Venceremos mz b solar 7 y 8.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ZETA LLANTAS	Alto Por su posicionamiento, tiene varios locales comerciales y tiene variedad de productos y servicios.	30 años	Ofrecen Servicio de Alta Calidad en Balanceo, Alineación y Enllantaje, Además Venta de llantas y servicios de carga.	Medio alto	1)Av. Plaza Dañín 810 y pelicano este. 2) Av. C. L. Plaza Dañín 712 y Av. de las Américas
TECFARONI	Medio por sus precios y porque no tiene tanta variedad de productos.	40 años	Ofrecen Servicio en Balanceo, Alineación, Enllantaje, Mantenimiento de frenos, Limpieza de inyectores, Suspensión ,Mantenimiento de A/C. Además Venta de llantas.	Medio alto	1)La 17 (calle Milagro) 2)G. Rendón (esq.) 3)Avda Juan Tanca Marengo
LA SEÑORA DE LAS LLANTAS KARINA DORADO	Bajo porque no es conocida en el mercado del sector automotriz	11 años	Venta de llantas para todo tipo de vehículo	Medio Alto	Av. de las Americas 501 y Calle 5ta.

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Los competidores se basan en ofrecer promociones cada cierto tiempo como:

- ✓ Por cada \$100 de compra se entrega un cupón para participar en un viaje para dos personas a los destinos propuestos con todos los gastos pagados.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- ✓ Por la compra de 4 llantas se entrega un cupón para participar para el viaje al mundial.
- ✓ Por la compra de la segunda llanta sale a mitad de precio.

En el presente trabajo del centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.se asegurará con los clientes de esta forma:

- ✓ Las llantas tendrán garantía por desperfectos de fabricación y los servicios también serán garantizados.
- ✓ El cliente frecuente de ESCOCED S.A.va a tener descuentos en los servicios realizados.
- ✓ Atraer al cliente con cartillas que por cada cantidad de cambio de llantas un servicio gratis.
- ✓ En el mes de Diciembre la cuarta llanta es gratis.

4.9. Análisis de la Demanda

A continuación detallo los incisos que dan su aportación al análisis de la demanda.

4.9.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de este trabajo de titulación comprende la población Guayaquileña que tengan vehículos y que acudan a centros de servicios básicos automotrices.

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los criterios a seguir en la segmentación de mercado son: geográfico, socio económica, y vehicular.

1.- Geográfica: se usa cuando los clientes o consumidores muestran diferencias en función del lugar en el que están localizados.

En este caso el tecnicentro va a estar ubicado en el sector norte de Guayaquil específicamente en la avenida las Américas.

2.- Demográfica y socioeconómica: Basados en una amplia gama de factores que incluyen edad, sexo, tamaño de la familia, educación, clase social, origen étnico, ayuda a determinar el perfil de las personas que compran productos o servicios de la empresa.

La segmentación socio económica de este proyecto es para personas de clase social medio típico medio alto que tengan vehículo.

3.- Vehicular: la cantidad y clase de automotores que vaya a atender el centro de servicios ESCOCED S.A.

En este proyecto del centro de servicios va a poder atender como mínimo 45 clientes diarios con vehículos livianos y pesados a diésel y a gasolina.

4.9.1.2. Selección de Segmentos

El segmento seleccionado en el presente trabajo corresponde a la población de Guayaquil con alrededor de 310.000,00 vehículos que circulen por el sector norte de la ciudad de estatus social medio típico y medio alto que quieran comprar llantas y darle un buen mantenimiento a su vehículo en un centro de servicios automotrices.

4.9.1.3. Perfiles de Segmento

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Las personas que buscan neumáticos (llantas) de calidad a precios competitivos y mantenimiento vehicular.

Los mismos que tienen las siguientes características:

- Personas que habiten o circulen en el sector norte de Guayaquil.
- Personas que tengan vehículo.
- Personas que quieran dar mantenimiento básico a su vehículo.

4.10. Matriz FODA

Tabla 13: Matriz FODA

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>Marcas de llantas con precios competitivos- Proveedor de llantas propio.</p> <p>Las instalaciones del centro de servicios automotrices básico contará con instalaciones con maquinaria moderna y análisis computarizado.</p> <p>Personal capacitado para manejar eficazmente las maquinarias y dar un excelente servicio.</p>	<p>Falta de experiencia en lo que respecta a los servicios automotrices-Falta de posicionamiento en el mercado por lo que llevará tiempo que las personas tengan como primera opción el centro de servicios automotrices de ESCOCED S.A.-Gran inversión inicial</p>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

		por el coste de sus maquinarias y mercadería.
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Crecimiento de la industria de centros automotrices y del parque automotor.</p> <p>Crecimiento en el consumo de llantas Chinas y Taiwanesas.</p>	<p>F+O</p> <p>Dar descuentos a los clientes frecuentes.</p> <p>Asistir a capacitaciones mensualmente.</p> <p>Dar más servicios automotrices.</p> <p>Brindar excelente servicio, atención y calidad de productos.</p>	<p>D+O</p> <p>Realizar un plan de mercadeo para captar un mayor porcentaje del mercado.</p> <p>Dar a conocer a ESCOCED S.A. en redes sociales como Facebook, twitter e instagram,</p>
<p>AMENAZAS Empresas que tienen el mismo modelo de negocio- Nuevas marcas de llantas.-Plan REUSA LLANTAS que trata de abolir las importaciones.- Reducción de cupos para las importaciones.- Comercialización de llantas renecauchadas.- Sustitutos como vulcanizadoras y talleres artesanales preferidos por parte de la población por precios y tiempo.</p>	<p>F+A</p> <p>Crear fidelización en los clientes</p> <p>Siempre tener stock para que en el caso de limitaciones de importaciones poder abastecer a los clientes con llantas.</p> <p>Crear una planta de renecauche a largo plazo</p>	<p>D+A</p> <p>Diseñar un plan publicitario agresivo para que la ESCOCED S.A. se haga conocer mostrando las calidad y variedad de productos y servicios.</p>

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

4.11. Investigación de Mercado

4.11.1. Método

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los métodos a utilizarse son cuantitativo y cualitativo basados en encuestas y focus group, respectivamente.

4.11.2. Diseño de Investigación

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación

General:

Determinar el perfil de compra del cliente potencial mediante el reconocimiento de gustos y preferencias para desarrollar estrategias que capten su interés.

Específicos:

- Identificar los servicios automotrices no explotados.
- Determinar los competidores más reconocidos en el sector automotriz.
- Reconocer los factores más importantes al momento de adquirir neumáticos (llantas) y servicios automotrices.
- Conocer el promedio de gasto al adquirir llantas y servicios automotrices.

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

La investigación se realizó en la ciudad de Guayaquil la cual tiene una población de 2'350.915,00 según el (INEC, 2010) .Sin embargo se delimitó por personas que tienen vehículo de los cuales existen 620.000 aproximadamente. (Velásquez, 2011)

En el presente trabajo se utilizó el tipo de muestreo MAS (muestreo aleatorio simple). Teniendo como resultado una muestra de 295 encuestas mediante la fórmula de muestreo por proporciones.

n= tamaño de la muestra

Z= 95% nivel de confianza

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

P= variabilidad positiva

Q= (1-P) = variabilidad negativa

E= precisión o el error

$$N^{\circ} = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

E²

$$N^{\circ} = \frac{N^{\circ}}{1 + \frac{(N^{\circ} - 1)}{N}}$$

1 + $\frac{(N^{\circ} - 1)}{N}$

N

Tabla 14: Tamaño de la muestra

Variables	Valores
Z	1,96
P	0,5
Q	0,5
E	0,057
N	620.000
n	295

Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

Para la recolección de datos se hicieron encuestas y grupo focal, estos datos fueron procesados en el programa estadístico SPSS.

4.11.2.3.1. Exploratoria

Objetivo General

- Determinar los requerimientos de las personas al asistir a un centro de servicios automotrices.

Objetivos Específicos

- Identificar los competidores que están en la mente de las personas.
- Conocer los beneficios que las personas perciben al ir a un centro de servicios.
- Reconocer los factores que inciden al momento de compra y de adquirir algún servicio.
- Conocer hasta cuanto las personas están dispuestas a pagar en un centro de servicios automotrices básicos.

El grupo focal se lo hizo con 6 personas:

Joel del Valle-Juan Soriano-Pedro Cruz-Abel Chilán-Valentín Sánchez y Iliana Muñoz.

Este grupo focal fue realizado en la oficina del Grupo ESTOVAN S.A., a los asistentes se les brindó pizza.

Preguntas realizadas:

- 1. Puede mencionar los factores que consideran importante al elegir un determinado centro de servicios automotrices. Por qué?**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Joel del Valle- Precio es lo más importante

Juan Soriano-Calidad del producto porque así anda seguro

Pedro Cruz- Calidad del producto porque así anda seguro

Abel Chilán- Precio por la situación económica que existe

Valentín Sánchez- Horarios de atención porque trabaja de lunes a viernes

Iliana Muñoz.-Horarios de atención porque trabaja de lunes a viernes

2. Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios para el cambio de llantas? Por qué?

Todos coincidieron en un año porque compran una buena llanta

3. Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios para el mantenimiento vehicular? Por qué

Todos los participantes coincidieron una vez a la semana.

4. Servicios que le realiza a su vehículo?

La respuesta mayoritaria fue cambio de aceite y lavado.

5. Su marca de llantas preferida. Por qué?

Coincidieron entre las marcas Wanli-Nankang y Firenza

6. Nivel de agrado al asistir a este centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

Todos tienen un alto nivel de agrado al asistir a este centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

7. Nivel de disposición al ir a este centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Todos tienen un alto nivel de disposición al asistir a este centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

4.11.2.3.2. Concluyente

Objetivo General

Conocer los gustos y preferencias con respecto a centros de servicios automotrices.

Objetivos específicos

- Reconocer los factores más importantes al momento de elegir un centro servicio automotriz.
- Determinar los servicios que utilizan frecuentemente en un centro automotriz.
- Determinar la frecuencia del cambio de llantas de un vehículo.
- Conocer las preferencias de las marcas de llantas con respecto al origen (país). Comparación
- Conocer el nivel de agrado a la creación de un nuevo centro de servicios automotriz.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Determinar el nivel de disposición a asistir al nuevo centro de servicio automotriz.

Para los datos se realizó 295 encuestas a la población guayaquileña con edades de 18-55 años de edad de clase social medio alta y medio típico segmento que se propone llegar con este proyecto.

A continuación se muestra las respuestas que se obtuvo de las siguientes preguntas:

1. **¿Usted tiene vehículo? Si su respuesta es si continúe caso contrario ahí termina la encuesta.**

Gráfico 4: Usted tiene vehículo?



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

El 95% de las personas encuestadas tiene vehículo mientras que el 5% no tiene.

2. **Qué tipo de vehículo tiene?**

Gráfico 5: Qué tipo de vehículo tiene?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación de campo

La mayoría de los encuestados tiene auto, seguido por suv (vehículo deportivo utilitario, y luego camioneta. La población encuestada no tiene muchas mini van, van y camión

3. De acuerdo a esta escala del 1 a 5, donde 1 significa nada importante y 5 significa muy importante. Por favor califique a los siguientes factores a su consideración del centro de servicios automotrices

Gráfico 6: Nivel de importancia que un centro de servicios automotrices ofrezca variedad de servicios



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación de campo

Gráfico 7: Nivel de importancia del precio al momento de ir a un centro de servicios automotrices

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 8: Nivel de Importancia de la atención al cliente al momento de asistir a un centro de servicios automotrices



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 9: Nivel de importancia de los horarios de atención al asistir a un centro de servicios automotrices

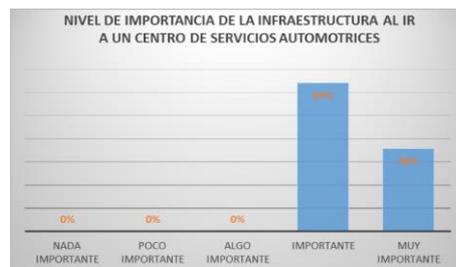
“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 10: Nivel de importancia de la infraestructura al ir a un centro de servicios automotrices



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 11: Nivel de importancia de la calidad de las llantas al asistir a un centro de servicios automotrices

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 12: Nivel de importancia de la calidad de los servicios al momento de ir a un centro de servicios automotrices



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 13: Nivel de importancia de la ubicación al asistir a un centro de servicios automotrices

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



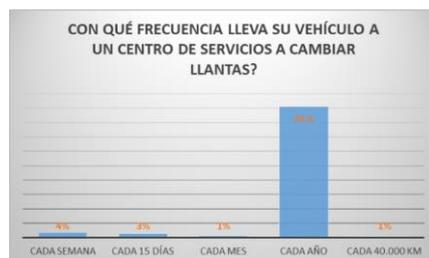
Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Lo que más le importa a la población de Guayaquil al asistir a un centro de servicios son: LA VARIEDAD DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE-PRECIO-ATENCIÓN AL CLIENTE- HORARIOS DE ATENCIÓN Y LA CALIDAD DEL PRODUCTO.

4. Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios a cambiar llantas?

Gráfico 14: Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios a cambiar llantas?



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

La mayoría de la población lleva cada año su vehículo a un centro de servicios automotrices para el cambio de llantas

5. Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios con el objetivo de hacerle mantenimiento vehicular?

Gráfico 15: Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios con el fin de hacerle mantenimiento vehicular



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

La población lleva su vehículo a un centro de servicios automotrices para darle mantenimiento básico cada semana con el objetivo de hacer lavar su vehículo.

6. De las siguientes opciones. Qué le realiza a su vehículo en un centro de servicios?

Gráfico 16: De las siguientes opciones, qué le realiza a su vehículo de un centro de servicios?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Las personas llevan su vehículo a un centro de servicios para el cambio de aceite y lavado.

7. De la siguiente lista de marcas de llantas con su procedencia. Usted cuál compraría para su vehículo?

Gráfico 17: Preferencias de marcas de llantas para autos



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 18: Preferencias de las marcas de llantas para camioneta

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 19: Preferencias de las marcas de llantas para suv/crossover



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 20: Preferencias de llantas para mini van



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 21: Preferencias de las marcas de llantas para van

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Gráfico 22: Preferencias de las marcas de llantas para camión



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Las marcas preferidas son Wanli y Nankang

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

8. De acuerdo a la escala del 1 al 5, donde 1 es Me desagrada Mucho y 5 Me agrada Mucho, me puede decir el Nivel de Agrado que siente hacia este nuevo centro de servicios automotrices.

Gráfico 23: Nivel de agrado al asistir a este centro de servicios



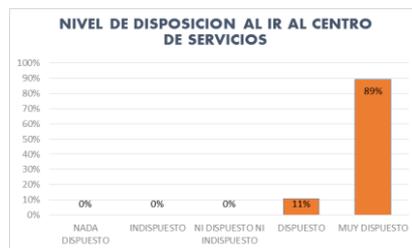
Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

A las personas le agrada mucho la creación del centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

9. De la escala del 1 al 5, donde 1 es nada dispuesto y 5 muy dispuesto, me puede decir que tan dispuesto esta en asistir a este nuevo centro de servicios automotrices.

Gráfico 24: Nivel de disposición al ir al centro de servicios



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación de campo

Las personas están muy dispuestas a ir al centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

4.12. Cuantificación de la Demanda

En los siguientes subtemas se reconocerá el mercado potencial quienes van a ser los clientes del centro de servicios automotrices ESCOCED S.A.

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda potencial es del 98% ya que de acuerdo a las 295 encuestas y al focus group las personas están muy dispuestas a asistir al centro de servicios mientras que la personas consideradas como demanda insatisfecha sólo están dispuestas a ir con un porcentaje del 2%.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca e Payback

Se está mostrando una proyección de ventas del Centro de Servicios Automotrices ESCOCED S.A. con crecimiento del 11% por año debido a que la empresa está en etapa introductoria por lo tanto no se va igualar en incremento a sus competidores de larga trayectoria que ya tienen establecido su posicionamiento.

Tabla 15: Proyección de Ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL VENTAS	\$ 1.582.735,90	\$ 1.740.002,10	\$ 1.899.038,29	\$ 2.072.610,39	\$ 2.262.046,98

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo general:

Conseguir que el Centro de Servicios Automotrices ESCOCED S.A. sea considerado una de las seis opciones de centros de servicios en la mente del consumidor a través de un plan de marketing sustentable.

Objetivos específicos:

- Captar el 40% del mercado meta.
- Implementar marketing BTL para atraer al cliente.
- Asesorar al cliente al momento de comprar las llantas.
- Conseguir posicionar la imagen (logo) y la de servicio garantizado que posee la empresa en la mente del cliente dentro de 6 mes.

5.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

El mercado meta será la población guayaquileña que tenga vehículo que habiten de preferencia en el norte de Guayaquil. Las ventas esperadas del primer año y como mínimo de los años siguientes son de aproximadamente de \$1.582.735,90. Se desea obtener una utilidad neta como mínimo del 20% de las ventas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

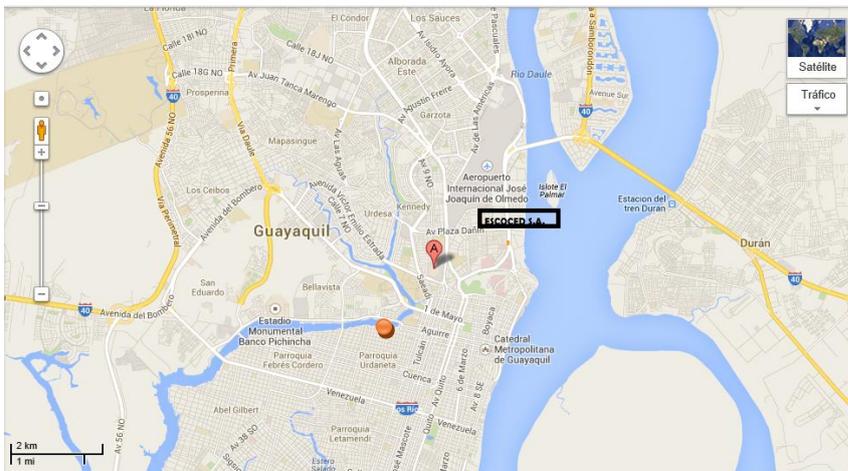
5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Las estrategias intensivas de penetración del mercado se darán por campañas publicitarias agresivas, la capacitación magistral del personal de ventas y atención al cliente para brindar un excelente servicio, descuentos e incentivos para lograr la fidelización del cliente.

5.1.1.2. Cobertura

La empresa cubrirá el sector norte de la ciudad de Guayaquil, focalizándose en las zonas aledañas al CENTRO DE SERVICIOS ESCOCED S.A. como la avenida Francisco de Orellana, avenida Plaza Dañín, Ciudadela La Garzota, Urdesa. A continuación se muestra un gráfico de la cobertura del negocio.

Ilustración 5: Cobertura del Negocio



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento

Posición:

El “CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES ESCOCED S.A.” se posicionará en la mente del cliente como un centro que ofrece productos y servicios de calidad a precios competitivos para toda clase de automotores donde los problemas de los vehículos puedan ser resueltos a la brevedad posible.

Objetivo:

Ser una de las mejores alternativas en lo que respecta a los centros de servicios de la ciudad.

Segmento:

Personas que tengan vehículo que habiten y circulen en el sector norte de la ciudad Guayaquil, de clase social medio típico y media-alta, con interés en comprar llantas y dar mantenimiento a su vehículo.

Atributos:

En este centro de servicios automotrices la población guayaquileña encontrará productos y servicios de calidad con una atención de excelencia atendido por profesionales y sobre todo un lugar de fácil acceso.

Calidad Percibida:

Se espera que los clientes perciban servicios y productos de calidad con precios competitivos.

Ventaja competitiva:

Atender en horarios que se adapten a las necesidades del consumidor, y ofrecer servicios y productos direccionados a conducir su vehículo con seguridad.

Símbolos identitarios:

Los símbolos a usarse son el logo del centro como se muestra a continuación.

Ilustración 6: Logo



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

La valoración de activo de la marca (Brand Asset Valuator) es un modelo con base en investigación de campo, propiedad de Young & Rubicam, que permite realizar diagnóstico y tomar decisiones para la gestión de la marca, midiendo cuatro factores importantes:

- **Conocimiento:** se espera el CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES ESCOCED S.A. sea aceptado por el consumidor reconociéndolo fácilmente a través de su logo y slogan enfocado en posicionarse en la mente del cliente.
- **Estima:** se la ganará en base a la experiencia que tenga el cliente recibiendo productos y servicios garantizados.
- **Relevancia:** El plan de publicidad agresivo hará que la empresa sea reconocida.
- **Diferenciación:** Dar atención en horarios de lunes a viernes con productos y servicios de calidad.

5.3. Marketing Mix

Dentro del marketing mix se explicará sus cuatro componentes en relación a la empresa, producto, precio, plaza y promoción.

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

La estrategia de los productos será su garantía contra desperfectos de fabricación y servicios de excelencia.

5.3.1.1. Descripción del Producto

A continuación se detalla los niveles de descripción del servicio, el slogan y la imagen del negocio.

Tabla 16: Descripción del producto y servicio

Definición	•Llantas para todo tipo de vehículo y servicios automotrices
Servicios y productos esenciales	•Llantas y servicios automotrices.
Servicios y productos reales	•Llantas Chinas y Taiwanesas de las marcas Firenza, Wanli y Nankang y servicios de cambio de aceite,lavado,i nstalación de llantas,balanceo,alineación.
Servicios y productos aumentados aumentado	•Llantas y servicios automotrices garantizados en horario de atención de toda la semana.
Slogan	•“Seguro en tu vía”
Imagen	•Las imagenes del negocio será el logotipo mostrado en el punto 5.2.1 en simbolos identitarios.

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto

Este inciso no aplica debido a que la propuesta de negocio no elabora ningún producto sólo lo comercializa.

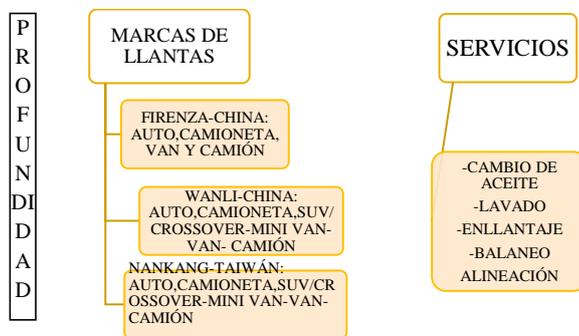
5.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.

Este punto no aplica ya que la empresa ofrece servicios y sus productos que son las llantas no necesitan de empaque.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea.

La amplitud del negocio será distinguido de la siguiente forma:

Tabla 17: Amplitud y profundidad de la línea



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.1.5. Marcas y Submarcas

La marca del negocio será el nombre comercial “CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES ESCOCED S.A.”, y por el modelo del negocio no se crearán submarcas.

5.3.2. Estrategia de Precios

En las estrategias de precios se detallará cual es la apropiada para el negocio, a continuación se la explica.

5.3.2.1. Precios de la Competencia

Los precios de la competencia relacionados a los servicios que se ofrece oscilan entre \$40 y \$60 dependiendo del servicio y las llantas pequeñas oscilan entre \$85 y \$180, las llantas grandes desde \$650 a \$1200 por unidad respectivamente.

La estrategia de precios que se usará para frente a la competencia es diferenciarse con precios haciendo paquetes que incluyan servicios y neumáticos, además de dar descuentos y precios módicos comparando con los competidores.

En este trabajo de titulación se usarán dos estrategias:

Penetración de mercados, entrar con precio bajo e irlo subiendo progresivamente: Esta estrategia se va a utilizar para el caso de los productos (llantas) ya que como son llantas Chinas y Taiwanesa son de bajo costo pero con el tiempo puede incrementar su materia prima lo que causaría un alza en el precio. La empresa busca ser rentable por lo tanto tiene que ir subiendo los precios de acuerdo como se encuentra el mercado.

Descreme de precios, entrar con precio alto e ir bajando: Esta estrategia se va a utilizar en lo que respecta a servicios al principio se entrará con precios relativamente altos ya que cada uno de ellos se va a ejecutar con tecnología de punta y además que para realizarlos se necesita

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de la compra de insumos como: shampoo, moñones, adhesivas, aceites que inicialmente resultan costosos.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado al cual se está focalizando es medio típico y medio-alto por ende tiene poder adquisitivo y destina una parte de sus ingresos para su vehículo.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Las expectativas de los accionistas es que los precios cubran los costos del servicio y los neumáticos y den una utilidad neta como mínimo del 20% de las ventas con el fin de crecer y posicionarse en la mente del consumidor.

5.3.2.4. Políticas de Precio

Las políticas de precio a emplearse en la compañía son las siguientes:

Sobreprecio: no aplica.

Descuento: se dará descuentos para los clientes más frecuentes.

Márgenes brutos: los márgenes estimados son del 20%.

Métodos de pago: los métodos que usará la compañía será en efectivo o tarjetas de crédito o débito.

5.3.3. Estrategia de Plaza

5.3.3.1. Localización

A continuación se mencionan las razones de la macro y micro localización, ubicación y distribución del espacio del futuro negocio:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.1.1. Macro Localización

La macro localización es la ciudad de Guayaquil, se seleccionó esta localidad debido que hay es la ciudad con más automotores además a su alto índice de desarrollo económico.

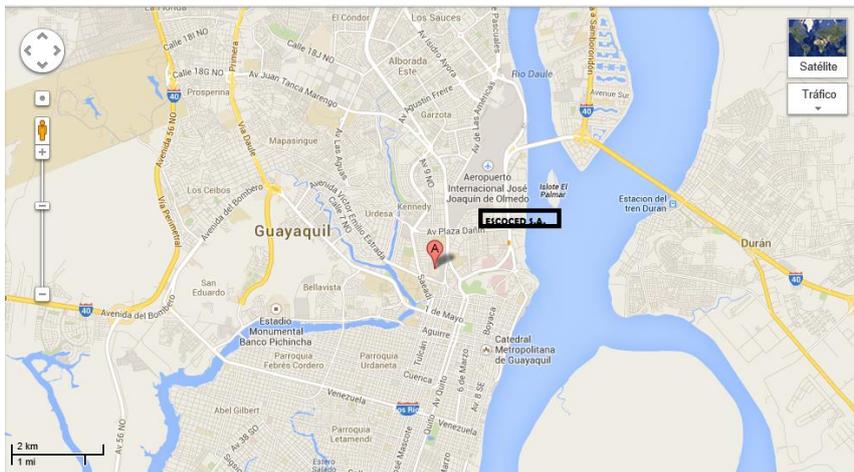
5.3.3.1.2. Micro Localización

La micro localización es el sector norte de la ciudad, es un sector en crecimiento con un poder adquisitivo considerable y en esta zona se encuentra el mercado objetivo del negocio, el centro de servicios se encontrará ubicado frente al Estadio Modelo Alberto Spencer donde hay varios galpones para alquilar.

5.3.3.1.3. Ubicación

Ubicado en la avenida de las Américas frente al Estadio Modelo Alberto Spencer.

Ilustración 7: Ubicación del negocio



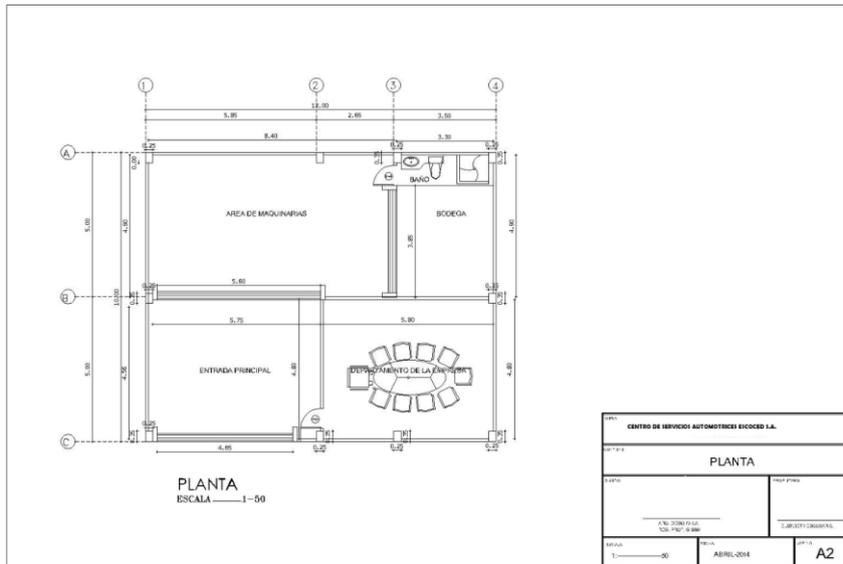
Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

El espacio del centro contará con 1200m², principalmente distribuidos en el área donde estarán instaladas las máquinas de lavado, enllantaje, balanceo, alineación y cambio de aceite, una bodega donde estará la mercadería y departamentos de la empresa.

Ilustración 8: Distribución del espacio



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

El sistema de distribución comercial de la empresa va a ser de manera directa ya que se requiere un contacto personal con el cliente.

5.3.3.2.1. Canales de Distribución

La empresa usará un canal de distribución directo debido a su naturaleza que es contacto cara a cara con el cliente.

Tabla 18: Canal de distribución



Elaborado por: Autora

Fuente: Investigación

5.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

El CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES ESCOCED S.A. solo penetrará en el mercado urbano de la ciudad de Guayaquil no aplica el inciso de mercado rural.

5.3.3.2.3. Logística

La empresa no constará con una logística de distribución debido al modelo del negocio, pero si tendrá una logística interna, la cual se basa en que la importadora ESTOVAN S.A. nos va a abastecer mensualmente de cierta cantidad de llantas y la empresa CONAUTO es la que

nos va a llevar los lubricantes mensualmente y además nos dejará todos los equipos instalados antes de abrir este centro.

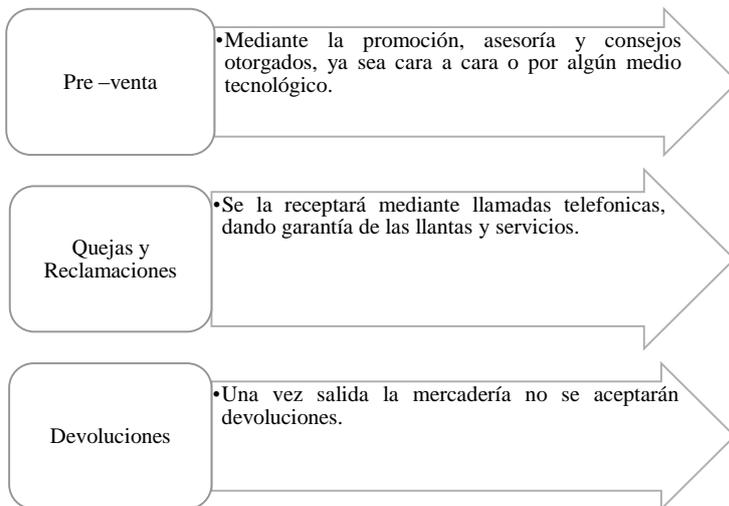
5.3.3.2.4. Red de Ventas

La venta del servicio será en forma directa y personal estará capacitado para ofrecerle llantas de acuerdo a su tipo de vehículo.

5.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente

A continuación se especifica las políticas del servicio al cliente:

Tabla 19: Políticas de servicio al cliente



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.4. Estrategias de Promoción

Se hará una campaña agresiva de publicidad.

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

Se realizará publicidad BTL (below the line) se entregará material publicitario sobre el centro de servicios automotrices como flyers también se va a estar presente en el auto show, por redes sociales y la página web.

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria

Concepto: El centro ofrece servicios de mantenimiento vehicular y la venta de llantas. Se caracteriza por sus productos y servicios garantizados en una atención de lunes a domingo.

Mensaje: se quiere transmitir al cliente seguridad prevención y cuidados hacia el cuidado del vehículo usando campañas publicitarias agresivas.

5.3.4.3. Promoción de Ventas

5.3.4.3.1. Venta Personal

Las ventas personales son "la comunicación directa entre un representante de ventas y uno o más compradores potenciales, en un intento de relacionarse unos a otros en una situación de compra (THOMPSON, 2006). En el caso de ESCOCED S.A., los clientes pueden contactarse vía correo electrónico, llamadas telefónicas y redes sociales.

5.3.4.3.2. Trading

EL CENTRO DE SERVICIOS ESCOCED S.A. para promocionar sus llantas y ampliar la cartera de clientes conseguirá un stand en el auto show organizado por el Centro de Convenciones Simón Bolívar.

Publicidad en el punto de venta: se encontrarán rolls ups y banners de las maras de llantas y los servicios que se ofrece.

5.3.4.3.3. Clienting

Una de las estrategias para promocionar las ventas de la empresa es que las 5 primeras personas que promocionen a la empresa en Instagram y tenga más likes dentro de una semana se ganará las llantas para su vehículo, también se dará descuentos a los clientes frecuentes, para navidad se dará llantas gratis y se dará cartillas al cliente por cierta cantidad de compra de llantas se dará un servicio gratis.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

Como estrategia de lanzamiento el cliente notará la existencia del local y llegará a través de mails masivos y redes sociales. (volantes, e-mailing, redes sociales).

La empresa empleara estrategias BTL con flyers, página web, mails y redes sociales.

5.3.4.4.2. Mindshare

La empresa se posicionará en la mente del consumidor por ser un centro de servicios automotrices garantizados con atención de lunes a viernes con un porcentaje del 60% mediante las campañas agresivas de publicidad-

5.3.4.4.3. Publicidad Blanca

No aplica este inciso.

5.3.4.4.4. Merchandising

Como actividades de merchandising se brindará pequeños obsequios como bolígrafos, gorras, camisetas, chompas, toallas deshidratadas y calendarios con los nombres de las marcas de llantas que se venden.

5.3.4.4.5. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas se las mantendrá bajo una relación directa por medio de la publicidad BTL.

5.3.4.4.6. Marketing Relacional

Se fortalecerá las relaciones con los clientes haciéndolos sentir seguros comprando productos servicios y productos garantizados.

5.3.4.4.7. Insight Marketing

Se anhela que el cliente reconozca la compañía a través de la experiencia vivida al acudir al centro de servicios automotrices y el cliente va a poder dejar sus quejas y sugerencias en una ánfora que estará destinada para esto, lo cual nos ayudará a mejorar.

5.3.4.4.8. Plan de Medios

El plan de medios será a través de la página web y fan page de Facebook que transmitirán información relacionada a los neumáticos y servicios de ESCOCED S.A.

5.3.4.4.9. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.9.1. Estrategias de E-Commerce, E-Business e E-Marketing

Tabla 20: Estrategias de promoción electrónica

E-business	•No se usará ya que el modelo del negocio no esta diseñado para hacerlo en internet.
E-commerce	•No aplica este inciso ya que no se comercializará nada por línea.
E-marketing	•La empresa solo usará e-marketing, publicidad en las redes sociales y en la página web

. Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.4.4.9.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Los competidores más reconocidos si usan promoción electrónica a través de las redes sociales, su propia página web, pero no dan solución a lo que el cliente requiere.

5.3.4.4.9.3. Diseño e Implementación de la Página Web

Este servicio se subcontratará para establecer la página web en español ya que es el idioma del mercado meta, a una agencia con un valor aproximado de \$6900.

A continuación se muestra un bosquejo de la página web:

Ilustración 9: Página web



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.4.4.10. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

5.3.4.4.10.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Los competidores como el Grupo Julio Guerra Accini tiene página web y fan page en el Facebook, la Señora de las llantas Karina Dorado tiene página web pero no fan page. Tecfaroni si tiene una página web pero inconclusa y si cuenta con fan page. Antonio Pino Ycaza si tiene página web y fan page.

5.3.4.4.10.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

Se utilizará fan page en español en Facebook, Instagram y Twitter para gestionar la promoción y conocimiento de la empresa, sus productos y sus servicios.

A continuación se muestra el modelo de la fan page:

Ilustración 10: Fan page



Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.3.4.4.10.3. Marketing Social

Como marketing social la empresa va a publicar en una cartelera en la empresa con las políticas verdes y sus resultados como el uso de focos ahorradores, reciclaje de llantas y reciclaje de papel.

5.3.4.5. Ámbito Internacional

Este inciso no aplica ya que el negocio no distribuirá las llantas y servicios a nivel internacional.

5.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

Este inciso no aplica ya que el negocio no distribuirá las llantas y servicios a nivel internacional.

5.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

Este inciso no aplica ya que el negocio no distribuirá las llantas y servicios a nivel internacional.

5.3.5. Presupuesto de Marketing

A continuación se detalla los rubros que se incurrirán para la promoción del negocio:

Página Web :\$5900,00

Flyers:\$100,00

Total:\$6000,00

5.3.6. Análisis de Rentabilidad del Offering

En la siguiente tabla se muestra los ingresos y costos del negocio del primer año de actividad, el resto de los años de operaciones esta detallada en el plan financiero.

Tabla 21: Offering

VENTAS	\$	1.582.735,90
COSTOS	\$	861.092,42
UTILIDAD BRUTA	\$	721.643,48
GASTOS	\$	407.977,45
SUELDOS Y SALARIOS	\$	126.774,72
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	\$	34.320,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$	72.000,00
GASTOS DE ARRIENDO	\$	14.400,00
GASTOS DE BALANCINES-ACEITES-SHAMPOO	\$	128.798,40
GASTOS VARIOS	\$	5.700,00
GASTOS DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$	25.984,33
UTILIDAD OPERATIVA	\$	313.666,03
COSTOS FINANCIEROS	\$	15.907,97
UTILIDAD NETA	\$	297.758,05
REPARTICIÓN TRABAJADORES		0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$	297.758,05
IMPUESTO A LA RENTA	\$	65.506,77
UTILIDAD DISPONIBLE	\$	232.251,28

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

CAPÍTULO 6

PLANOPERATIVO

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

5.4. Producción

6.1.1. Proceso Productivo

En este proyecto no aplica proceso productivo porque no se elabora ningún producto sólo se comercializa.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

Las maquinarias y Equipos necesarios para el centro de servicios automotrices básico ESCOCED S.A. es el siguiente:

Tabla 22: Infraestructura: Maquinarias y Equipos

CANTIDAD	ACTIVOS
2	ESCRITORIO DE OFICINA
1	MUEBLES ARCHIVADORES
2	LAPTOPS
1	TELÉFONOS
1	AIRE SPLIT
2	IMPRESORAS
4	SILLAS GIRATORIAS
1	CAMIÓN CHEVROLET
1	LAVADORA
1	ASPIRADORA
1	ENLLANTADORA
1	BALANCEADORA
1	ALINEADORA
1	AUTO CENTRADO
1	KIT ALIMENTADOR EXT
1	KIT SOPORTE MONITOR
1	PAR DE ELEVADORES
1	ACC.INFORMÁTICOS ALI

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

6.1.3. Mano de Obra

En este caso como no se elabora algún producto, sólo existe el personal administrativo y de operaciones el cual es el siguiente:

Tabla#23: Mano de obra

CANTIDAD	CARGOS
1	ADMINISTRADOR
1	JEFE DE VENTAS
1	VENDEDOR 1
1	VENDEDOR 2
1	DESPACHADOR 1
1	DESPACHADOR 2 Y DE SERVICIOS VARIOS
1	CONSERJE
1	CAJERO
1	PERSONA DE LIMPIEZA
1	PERSONA DE SERVICIOS VARIOS

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

6.1.4. Capacidad Instalada

Los tiempos que tardan para realizarse los servicios son los siguientes:

LAVADO Y ASPIRADO: 45 minutos.

CAMBIO DE ACEITE: 30 minutos.

ENLLANTAJE: 1 hora.

BALANCEO: 15 minutos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ALINEACIÓN: 15 minutos.

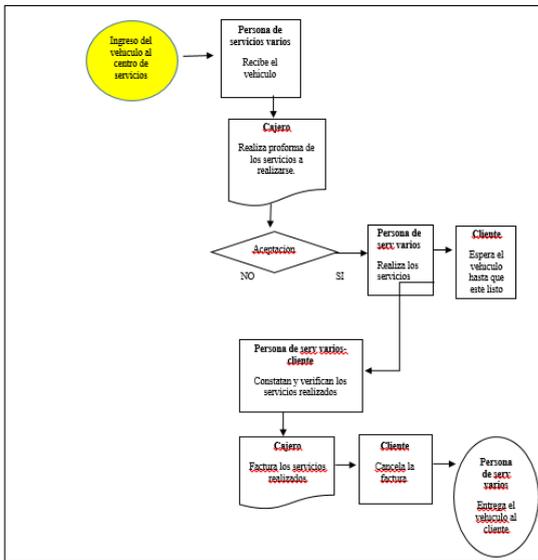
Los horarios de atención del Centro de Servicios Automotrices ESCOCED S.A son de lunes a viernes de 9am a 6pm.

La capacidad instalada del centro de servicios automotrices básico ESCOCED S.A. es para atender como mínimo 45 vehículos diarios.

6.1.5. Flujograma de Procesos

El centro de servicios automotrices básico ESCOCED S.A. tiene los siguientes flujogramas:

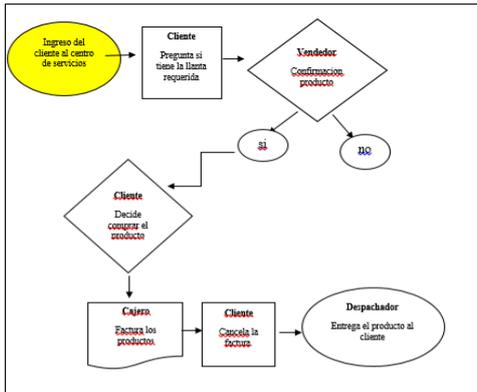
Ilustración 11: Flujograma de proceso de realización de servicios



Elaborado por: Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 12: Flujograma de la compra de llantas



Elaborado por: Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

6.1.6. Presupuesto

Este inciso detalla el costo de la infraestructura maquinaria y equipos el cual es el siguiente:

Tabla 23: Presupuesto

Inversión en Activos Fijos			
Cantidad	Activo	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total
2	ESCRITORIO DE OFICINA	\$ 280,00	\$ 560,00
1	MUEBLES ARCHIVADORES	\$ 120,00	\$ 120,00
2	LAPTOPS	\$ 550,00	\$ 1.100,00
1	TELÉFONOS	\$ 70,00	\$ 70,00
1	AIRE SPLIT	\$ 700,00	\$ 700,00
2	IMPRESORAS	\$ 89,00	\$ 178,00
4	SILLAS GIRATORIAS	\$ 75,00	\$ 300,00
1	CAMIÓN CHEVROLET	\$ 27.480,00	\$ 27.480,00
1	LAVADORA	\$ 799,00	\$ 799,00
1	ASPIRADORA	\$ 475,00	\$ 475,00
1	ENLLANTADORA	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00
1	BALANCEADORA	\$ 3.480,00	\$ 3.480,00
1	ALINEADORA	\$ 8.429,00	\$ 8.429,00
1	AUTO CENTRADO	\$ 387,00	\$ 387,00
1	KIT ALIMENTADOR EXT	\$ 208,00	\$ 208,00
1	KIT SOPORTE MONITOR	\$ 96,00	\$ 96,00
1	PAR DE ELEVADORES	\$ 5.190,00	\$ 5.190,00
1	ACC.INFORMÁTICOS ALI	\$ 231,00	\$ 231,00
TOTALES			\$ 52.503,00

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.5. Gestión de Calidad

5.5.1. Procesos de planeación de calidad

Tabla 24: Proceso de planeación de calidad

Proceso de Planeación de Calidad	
Análisis de Entorno	Identificar los requerimientos de los clientes en cuanto a productos y servicios.
Misión de Calidad	Establecer una métrica de calidad la cual detallará los tiempos en los cuales los clientes deben ser atendidos, el tiempo de despacho y el tiempo al hacer un servicio.
Políticas de Calidad	Comercializar productos con certificados de calidad.
Estándares de Calidad	Garantizar el cumplimiento de los estándares de los clientes, a la vez los estándares de los productos y servicios.
Control de Calidad	Implementar un sistema de control de calidad a través de calificación al personal por medio de las máquinas.

Elaborado por: Autora Fuente: Investigación

5.5.2. Beneficios de las acciones proactivas

El cumplimiento de las políticas y normas relacionadas con los producto y servicios va a generar crecimiento en cuanto a imagen corporativa de ESCOCED S.A. además que los clientes se van a sentir fidelizados con la empresa, debido a que la empresa es capaz de cumplir sus expectativas, donde ESCOCED S.A. se posiciona como una empresa que brinda productos y servicios de calidad.

5.5.3. Políticas de calidad

Garantizar la calidad en cada proceso desde que se recibe al cliente hasta que el cliente se va, con el fin de ofrecer servicios y productos de calidad por las cuales los clientes no tengan que volver por quejas.

5.5.4. Benchmarking

Control de calidad al momento de cada despacho o cuando se realiza algún servicio, manejo de requerimientos por parte de los clientes, son estrategias que utiliza un potencial consumidor que es ANTONIO PINO YCAZA.

5.5.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

ESCOCED S.A. con el fin de garantizar calidad en cada uno de sus productos se los revisará previamente antes de ser despachados y en cuanto a productos se verificará que a lo que salgan los vehículos el servicio esté correctamente hecho.

5.5.6. Estándares de la calidad

Las características son las siguientes:

- Antes de despachar la llanta se revisa que no tenga ningún desperfecto que pueda causar accidente al cliente.
- Antes de que el vehículo salga del centro de servicios se lo revisará para saber si está bien realizado el servicio.

Se establecerá las siguientes métricas:

- El cliente debe ser atendido en menos de 3 minutos.
- El despacho de llantas no debe demorar más de 5 minutos.
- Cada servicio debe durar 10 minutos como máximo.

5.5.7. Procesos de control de calidad

El responsable del control de calidad de los productos y servicios de ESCOCED S.A. es el administrador revisando cada uno de los productos y constando la excelencia de cada servicio realizado, por lo cual el administrador tendrá una tabla con índices de calidad.

6.2.8. Certificaciones y Licencias

En este caso la empresa no aplica porque no importa los productos solo comercializa.

6.2.9. Presupuesto

No se incurrirá en gastos.

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

- Cuantificar la cantidad de llantas usadas que dejen los clientes para reciclarlas.
- Reutilizar todo lo que sea papel.
- Usar focos ahorradores de energía.
- No desperdiciar nada.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

ESCOCED S.A. obtendrá los siguientes beneficios:

- Los clientes se fidelizarán por ser una empresa que contribuye al medio ambiente.
- Genera valor agregado a la empresa.

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Las políticas de protección ambiental son las siguientes:

Tabla 25: Políticas de protección ambiental

Políticas Ambientales	Acción A Realizar
Reciclaje	Reciclar las llantas usadas que se le quiten a los carros al momento de ponerle nuevas llantas.
	Reutilizar El Papel Blanco A4
Reducir el consumo de energía eléctrica	Comprar focos ahorradores de energía
Usar responsablemente de útiles de oficina	Usar hasta el final los insumos de oficina sin desperdiciarse

Elaborado por: Autora

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

El proceso de aseguramiento de la calidad ambiental es el siguiente:

Tabla 26: Proceso de aseguramiento de calidad ambiental

Reciclar 50 llantas mensualmente
Reciclar 2 resmas de papel mensual
Usar 20 focos mensual
Gastar sólo \$40 en insumos de oficina mensual

Elaborado por: Autora

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Los estándares de calidad son los siguientes:

- ✓ Garantizar la sustentabilidad de los recursos.
- ✓ Toda adecuación se realizará en función del bien común.

6.3.6. Procesos de control de calidad

El control de calidad se lo hará desde que se recibe la mercadería por parte de ESTOVAN S.A. hasta que se le despache al cliente.

6.3.7. Trazabilidad

Las llantas serán revisadas por medio de una ficha técnica para saber si no cuentan con desperfectos de fabricación.

6.3.8. Logística Verde

- ✓ Uso de focos ahorradores de luz.
- ✓ Reciclar papel.
- ✓ Reciclaje de llantas.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

La empresa no contará con certificaciones ni licencias.

6.3.10. Presupuesto

En la política ambiental la empresa tiene un presupuesto mensual de \$60, dinero que será destinado para la compra de focos ahorradores de luz.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Tabla 27: Procesos de planeación del Modelo de Responsabilidad Social

Clientes	Acciones
Internos	-Comunicación constante. -Beneficios de la Ley.
Externos	-Calidad de los productos y servicios. - Información de los precios y de diseños de llantas.

Elaborado por: Autora

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

La implementación de acciones proactivas de ESCOCED S.A. se muestran a continuación:

Tabla 28: Beneficios de acciones proactivas

Cientes	Beneficios
Internos	-Excelente desempeño de todo el capital humano de la empresa actuando en función de ESCOCED S.A. mejorando las ventas.
Externos	-Fidelización de clientes. -ESCOCED S.A. va a tener un vínculo muy cercano con los clientes.

Elaborado por: Autora

6.4.3. Políticas de protección social

Tabla 29: Políticas de protección social

Cientes	Políticas
Internos	-El capital humano de ESCOCED S.A. tendrá un excelente clima laboral, donde van a sentirse dueños de la empresa.

Externos	-En todos los procesos de la empresa brindar calidad al cliente para que se sienta fidelizado a la empresa.
-----------------	---

Elaborado por: Autora

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

El encargado de controlar el proceso de aseguramiento de responsabilidad social y corporativa de ESCOCED S.A. será el administrador.

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

Tabla 30: Estándares de Responsabilidad Social

Cientes	Corto- Mediano-Largo plazo
Interno	-Desarrollar un sistema de comunicación con sistema de red.
Externo	-Todo el grupo ESCOCED S.A. se vinculará con fundaciones que necesiten ayuda.

Elaborado por: Autora

6.4.6. Procesos de controles sociales

El administrador tomará las decisiones necesarias cuando se presenten conflictos en la empresa ya sea con los trabajadores y clientes.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

Este inciso no aplica en este proyecto.

6.4.8. Presupuesto

No se incurrirán en gastos en este capítulo.

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Tabla 31: Balance Scorecard

PERSPECTIVA	OBJETIVO	INDICADORES	META	INICIATIVAS	RESPONSABLE
FINANCIERA	AUMENTO DE LAS VENTAS MENSUALES	AUMENTO DE VENTAS DE LLANTAS Y SERVICIOS	75%	CALIDAD-PRECIO-PROMOCIONES	ADMINISTRADOR
CLIENTE	VENDER PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CALIDAD	BUZÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	100%	GARANTÍAS	ADMINISTRADOR
INTERNA	AGILIZAR LOS PROCESOS	MÉTRICA PARA EVALUAR EL TIEMPO DE ENTREGA	80%	TIEMPO DE ENTREGA	ADMINISTRADOR
APENDIZAJE Y CRECIMIENTO	CAPACITAR AL PERSONAL	PRESENTACIÓN DE DIPLOMAS A CURSOS ASISTIDOS	85%	SEMINARIOS	ADMINISTRADOR

Elaborado por: Autora

Tabla 32: Mapa Estratégico

Rentabilidad Sostenida				
Financiera	Tener cada mes TIR positivo y van mayor a 1	Crecimiento mensual del 10% de las ventas	Políticas de minimación de costos y maximización de ganancias.	
Cliente	Cumplir con las expectativas del cliente en cuanto a calidad de producto y servicios	Dar garantías de los productos para fidelizar los clientes	Publicidad agresiva BTL y ATL	Captar nuevos clientes
Interna	Optimización de procesos (AGILIDAD DE DESPACHO DEL PRODUCTO Y AGILIDAD EN LOS SERVICIOS)	Mejorar la comunicación	Optimizar el proceso de facturación	
Aprendizaje y Crecimiento	Pagar cursos de instrucción del uso de maquinarias para los empleados	Responsabilidad Social con los empleados	Dar a conocer a los empleados los procesos de innovación	Dar a conocer el manual de obligaciones y funciones a cada empleados

Elaborado por: Autora

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

No aplica este inciso no tiene relación con el proyecto.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO-
FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

5.6. Inversión Inicial

La inversión inicial de ESCOCED S.A. está compuesta por activos fijos, gastos diferidos y capital de trabajo.

Tabla 33: Inversión Inicial

TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL		
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS		\$ 52.503,00
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO		\$ 167.834,38
GASTOS DIFERIDOS		\$ 77.010,00
	TOTAL	\$ 297.347,38

Elaborado por: Autora

7.2.2. Tipo de Inversión

7.2.2.1. Fija

La inversión fija de ESCOCED S.A. son todos los muebles, equipos y maquinarias.

Tabla 34: Inversión Fija

Inversión en Activos Fijos			
Cantidad	Activo	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total
2	ESCRITORIO DE OFICINA	\$ 280,00	\$ 560,00
1	MUEBLES ARCHIVADORES	\$ 120,00	\$ 120,00
2	LAPTOPS	\$ 550,00	\$ 1.100,00
1	TELÉFONOS	\$ 70,00	\$ 70,00
1	AIRE SPLIT	\$ 700,00	\$ 700,00
2	IMPRESORAS	\$ 89,00	\$ 178,00
4	SILLAS GIRATORIAS	\$ 75,00	\$ 300,00
1	CAMIÓN CHEVROLET	\$ 27.480,00	\$ 27.480,00
1	LAVADORA	\$ 799,00	\$ 799,00
1	ASPIRADORA	\$ 475,00	\$ 475,00
1	ENLLANTADORA	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00
1	BALANCEADORA	\$ 3.480,00	\$ 3.480,00
1	ALINEADORA	\$ 8.429,00	\$ 8.429,00
1	AUTO CENTRADO	\$ 387,00	\$ 387,00
1	KIT ALIMENTADOR EXT	\$ 208,00	\$ 208,00
1	KIT SOPORTE MONITOR	\$ 96,00	\$ 96,00
1	PAR DE ELEVADORES	\$ 5.190,00	\$ 5.190,00
1	ACC.INFORMÁTICOS ALI	\$ 231,00	\$ 231,00
TOTALES			\$ 52.503,00

Elaborado por: Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.2.2.2. Diferida

La inversión diferida de ESCOCED S.A. es:

Tabla 35: Inversión diferida

GASTOS DIFERIDOS	
GASTOS PRE OPERACIONALES	\$ 2.000,00
GASTOS DE ARRIENDO	\$ 3.600,00
PERMISOS BOMBEROS	\$ 205,00
OBTENCIÓN DEL RUC	\$ 35,00
REGISTRO NOMBRE DE LA EMPRESA IEPÍ	\$ 135,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	\$ 35,00
SEGUROS	\$ 70.000,00
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 77.010,00

Elaborado por: Autora

7.2.2.3. Corriente

La inversión corriente es la siguiente:

Tabla 36: Inversión Corriente

INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO			
VALOR MENSUAL COSTOS FIJOS			\$ 39.799,12
VALOR MENSUAL COSTOS VARIABLES			\$ 128.035,26
TOTAL			\$ 167.834,38

Elaborado por: Autora

7.2.3. Financiamiento de la Inversión

La inversión inicial de ESCOCED S.A. es de \$297.347,38 la cual tiene una fuente de financiamiento interna y externa.

7.2.3.1. Fuentes de Financiamiento

Fuente de financiamiento interna es de \$150.000,00 la cual es el aporte de capital de los 3 accionistas con un aporte de \$50.000,00 por persona.

Fuente de financiamiento externa es: \$147.347,38 la cual es un préstamo al BANCO DE MACHALA.

7.2.3.2. Tabla de Amortización

A continuación la tabla de amortización del préstamo hecho al BANCO DE MACHALA.

Tabla 37: Amortización

PRÉSTAMO BANCO DE MACHALA	\$	147.347,38	
INTERÉS		11,23%	5,62%
PLAZO		5	años
PAGO		10	

AÑO	SEMESTRE	PAGO	INTERÉS	CAPITAL	SALDO
					\$
0					147.347,38
					\$
1	1	\$ 19.656,22	\$ 8.273,56	\$ 11.382,67	\$ 135.964,71
					\$
	2	\$ 19.656,22	\$ 7.634,42	\$ 12.021,80	\$ 123.942,91
					\$
2	3	\$ 19.656,22	\$ 6.959,39	\$ 12.696,83	\$ 111.246,08
					\$
	4	\$ 19.656,22	\$ 6.246,47	\$ 13.409,75	\$ 97.836,33
					\$
3	5	\$ 19.656,22	\$ 5.493,51	\$ 14.162,71	\$ 83.673,62
					\$
	6	\$ 19.656,22	\$ 4.698,27	\$ 14.957,95	\$ 68.715,67
					\$
4	7	\$ 19.656,22	\$ 3.858,38	\$ 15.797,84	\$ 52.917,83
					\$
	8	\$ 19.656,22	\$ 2.971,34	\$ 16.684,89	\$ 36.232,94
					\$
5	9	\$ 19.656,22	\$ 2.034,48	\$ 17.621,74	\$ 18.611,20
					\$
	10	\$ 19.656,22	\$ 1.045,02	\$ 18.611,20	\$ (0,00)

Elaborado por: Autora

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.2.4. Cronograma de Inversiones

En el primer mes de operación de ESCOCED S.A. se obtendrán los gastos diferidos y se comprarán las máquinas, equipos y muebles.

7.3. Análisis de Costos

7.3.2. Costos Fijos

Tabla 38: Costos Fijos

COSTOS FIJOS	2015	2016	2017	2018	2019
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 126.774,72	\$ 130.565,28	\$ 134.469,19	\$ 138.489,81	\$ 142.630,66
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	\$ 34.320,00	\$ 35.346,17	\$ 36.403,02	\$ 37.491,47	\$ 38.612,46
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 72.000,00	\$ 74.152,80	\$ 76.369,97	\$ 78.653,43	\$ 81.005,17
GASTOS DE ARRIENDO	\$ 14.400,00	\$ 14.830,56	\$ 15.273,99	\$ 15.730,69	\$ 16.201,03
GASTOS DE BALANCINES-ACEITES-SHAMPOO	\$ 128.798,40	\$ 132.649,47	\$ 136.615,69	\$ 136.616,72	\$ 140.701,56
GASTOS VARIOS	\$ 5.700,00	\$ 5.870,43	\$ 6.045,96	\$ 6.226,73	\$ 6.412,91
GASTOS DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$ 25.984,33	\$ 25.984,33	\$ 25.984,33	\$ 25.535,00	\$ 25.535,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 407.977,45	\$ 419.399,04	\$ 431.162,14	\$ 438.743,85	\$ 451.098,80

Elaborado por: Autora

7.3.3. Costos Variables

Los costos variables de ESCOCED S.A. son el costo de la mercadería y el costo de los servicios. A continuación muestra el total de los costos.

Tabla 39: Costos Variables

COSTOS	\$ 861.092,42	\$ 922.325,21	\$ 970.029,72	\$ 1.020.201,59	\$ 1.072.968,46
---------------	---------------	---------------	---------------	-----------------	-----------------

Elaborado por: Autora

7.4. Análisis de Variables Críticas

ESCOCED S.A. comercializará sus llantas y ofrecerá sus servicios en su centro de servicios automotrices básico lo que demuestra a continuación el total de los precios y costos establecidos.

7.4.2. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Tabla 40: Mark Up y Márgenes

		MARK UP		MARGEN	
PRECIO \$					
LLANTAS CARAS	\$ 556,93	\$ 278,08	\$ 278,85		50%
LLANTAS MEDIAS	\$ 189,64	\$ 74,96	\$ 114,68		60%
LLANTAS BARATAS	\$ 1.382,36	\$ 1.313,03	\$ 69,33		5%
ENLLANTAJE	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 10,00		50%
BALANCEO	\$ 25,00	\$ 10,00	\$ 15,00		60%
ALINEACIÓN	\$ 35,00	\$ 15,00	\$ 20,00		57%
LAVADO+ASPIRADA	\$ 12,00	\$ 4,00	\$ 8,00		67%
CAMBIO DE ACEITE V. LIVIANOS	\$ 40,00	\$ 20,00	\$ 20,00		50%
CAMBIO DE ACEITE V. PESADOS	\$ 90,00	\$ 50,00	\$ 40,00		44%
COSTO DE VENTA \$					
LLANTAS CARAS	\$ 278,85				
LLANTAS MEDIAS	\$ 114,68				
LLANTAS BARATAS	\$ 69,33				
ENLLANTAJE	\$ 10,00				
BALANCEO	\$ 15,00				
ALINEACIÓN	\$ 20,00				
LAVADO+ASPIRADA	\$ 8,00				
CAMBIO DE ACEITE V. LIVIANOS	\$ 20,00				
CAMBIO DE ACEITE V. PESADOS	\$ 40,00				

Elaborado por: Autora

7.4.3. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Tabla 41: Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

A continuación se muestran los costos y ventas de la empresa ESCOCED S.A.:

VENTAS	\$ 1.582.735,90	\$ 1.772.525,50	\$ 1.970.693,86	\$ 2.191.017,43	\$ 2.435.973,18
COSTOS	\$ 861.092,42	\$ 922.325,21	\$ 970.029,72	\$ 1.020.201,59	\$ 1.072.968,46
UTILIDAD BRUTA	\$ 721.643,48	\$ 850.200,29	\$ 1.000.664,14	\$ 1.170.815,84	\$ 1.363.004,72

Elaborado por: Autora

7.4.4. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.

ESCOCED S.A. cuenta con una capacidad instalada al 100% que puede atender a 45 vehículos diarios para servicios varios y se puede vender llantas logrando un 80% de sus ventas diarias.

7.4.5. Análisis de Punto de Equilibrio

Tabla 42: Punto de Equilibrio

	1	2	3	4	5
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 407.977,45	\$ 419.399,04	\$ 431.162,14	\$ 438.743,85	\$ 451.098,80
VENTAS	\$ 1.582.735,90	\$ 1.772.525,50	\$ 1.970.693,86	\$ 2.191.017,43	\$ 2.435.973,18
PVP PROMEDIO	\$ 145,54	\$ 158,99	\$ 173,30	\$ 188,90	\$ 205,90
LLANTAS	\$ 262,49	\$ 286,41	\$ 312,18	\$ 340,28	\$ 370,90
SERVICIOS	\$ 28,60	\$ 31,58	\$ 34,42	\$ 37,51	\$ 40,89
COSTO V UNITARIO	\$ 80,18	\$ 83,68	\$ 86,29	\$ 88,97	\$ 91,74
LLANTAS	\$ 145,02	\$ 151,15	\$ 155,85	\$ 160,69	\$ 165,69
SERVICIOS	\$ 15,34	\$ 16,22	\$ 16,73	\$ 17,25	\$ 17,78
Q PUNTO EQ	\$ 6.241,88	\$ 5.569,25	\$ 4.955,16	\$ 4.390,68	\$ 3.951,46
\$ PUNTO EQ	\$ 908.464,47	\$ 885.459,39	\$ 858.728,79	\$ 829.385,46	\$ 813.596,77
%PORCENTAJE PE	57,40%	49,95%	43,57%	37,85%	33,40%

Elaborado por: Autora

7.4.6. Análisis de Punto de Cierre

El punto de cierre es aquel en el que los ingresos cubren exactamente los costos variables de forma que las pérdidas son iguales a los costos fijos. Cuando el precio desciende por debajo del nivel en el que los ingresos son iguales a los costos variables, la empresa minimiza sus pérdidas cerrando. ESCOCED S.A. alcanza el punto de equilibrio y ganancias del ejercicio.

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

ESCOCED S.A. se registrará bajo las normas de éstas instituciones que son el Servicio de Rentas Internas y la Superintendencia de Compañías.

7.5.2. Planificación Tributaria

Se pagarán todas las obligaciones tributarias al Servicio de Rentas Internas.

7.5.2.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico, con autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley. (Superintendencia de Compañías, 2014) El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes. (Servicio de Rentas Internas, 2014)

7.5.2.2. Impuesto a la Renta

Según la Ley Orgánica de Régimen Tributario es el 22% de la renta anual para personas jurídicas.

Tabla 43: Impuesto a la Renta

UTILIDAD OPERATIVA	\$ 313.666,03	\$ 430.801,25	\$ 569.502,00	\$ 732.071,98	\$ 911.905,92
COSTOS FINANCIEROS	\$ 15.907,97	\$ 13.205,86	\$ 10.191,78	\$ 6.829,72	\$ 3.079,50
UTILIDAD NETA	\$ 297.758,05	\$ 417.595,39	\$ 559.310,21	\$ 725.242,26	\$ 908.826,42
REPARTICIÓN TRABAJADORES	0	\$ 62.639,31	\$ 83.896,53	\$ 108.786,34	\$ 136.323,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 297.758,05	\$ 354.956,08	\$ 475.413,68	\$ 616.455,92	\$ 772.502,46
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 65.506,77	\$ 78.090,34	\$ 104.591,01	\$ 135.620,30	\$ 169.950,54
UTILIDAD DISPONIBLE	\$ 232.251,28	\$ 276.865,74	\$ 370.822,67	\$ 480.835,62	\$ 602.551,92

Elaborado por: Autora

7.5.2.3. Impuesto al Valor Agregado

Las llantas y los servicios que va a ofrecer el centro de servicios ESCOCED S.A. si graban IVA.

7.5.2.4. Impuestos a los Consumos Especiales

Para la presente propuesta no aplica este inciso.

7.5.2.5. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Los permisos de funcionamiento por parte del municipio el permiso del Benemérito Cuerpo de bomberos fueron contemplados en la inversión inicial.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.5.2.6. Impuestos al Comercio Exterior

La comercialización de los neumáticos (llantas) y la realización de los servicios es local por lo tanto no aplica este inciso.

7.5.2.7. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este inciso no aplica.

7.5.2.8. Impuestos a la Salida de Divisas

Este inciso no aplica al modelo de negocio por lo tanto no se lo va a realizar.

7.5.2.9. Impuestos a los Vehículos Motorizados

La empresa no cuenta con vehículos motorizados por lo tanto no aplica este inciso.

7.5.2.10. Impuestos a las Tierras Rurales

Este proyecto no va realizarse en tierras rurales por lo tanto este inciso no aplica.

"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN
S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.2. Balance General Inicial

Tabla 44: Balance General

BALANCE						
	0	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 167.834,38	\$ 338.916,18	\$ 551.910,32	\$ 855.847,31	\$ 1.265.985,86	\$ 1.794.090,49
ACTIVOS FIJOS	\$ 52.503,00	\$ 52.503,00	\$ 52.503,00	\$ 52.503,00	\$ 52.503,00	\$ 52.503,00
(-) DEP ACUMULADA	0	\$ 10.582,33	\$ 21.164,66	\$ 31.746,99	\$ 41.879,99	\$ 52.012,99
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 52.503,00	\$ 41.920,67	\$ 31.338,34	\$ 20.756,01	\$ 10.623,01	\$ 490,01
ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 77.010,00	\$ 77.010,00	\$ 77.010,00	\$ 77.010,00	\$ 77.010,00	\$ 77.010,00
(-)AMORT ACUMULADA	0	\$ 15.402,00	\$ 30.804,00	\$ 46.206,00	\$ 61.608,00	\$ 77.010,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 77.010,00	\$ 61.608,00	\$ 46.206,00	\$ 30.804,00	\$ 15.402,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 297.347,38	\$ 442.444,85	\$ 629.454,66	\$ 907.407,32	\$ 1.292.010,87	\$ 1.794.580,50
PASIVOS LARGO PLAZO						
PRÉSTAMO BANCARIO	\$ 147.347,38	\$ 123.942,91	\$ 97.836,33	\$ 68.715,67	\$ 36.232,94	\$ -
TOTAL PASIVOS LARGO PLAZO	\$ 147.347,38	\$ 123.942,91	\$ 97.836,33	\$ 68.715,67	\$ 36.232,94	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 147.347,38	\$ 123.942,91	\$ 97.836,33	\$ 68.715,67	\$ 36.232,94	\$ -
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	0	\$ 232.251,28	\$ 276.865,74	\$ 370.822,67	\$ 480.835,62	\$ 602.551,92
UTILIDAD RETENIDA	0	0	\$ 232.251,28	\$ 509.117,02	\$ 879.939,69	\$ 1.360.775,31
TOTAL PATRIMONIO	\$ 150.000,00	\$ 382.251,28	\$ 659.117,02	\$ 1.029.939,69	\$ 1.510.775,31	\$ 2.113.327,23
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 297.347,38	\$ 506.194,19	\$ 756.953,35	\$ 1.098.655,36	\$ 1.547.008,26	\$ 2.113.327,23

Elaborado por: Autora

7.6.3. Estado de Pérdidas y Ganancias

A continuación se encuentra el Estado de Pérdidas y Ganancias de ESCOCED S.A.

Tabla 45: Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE RESULTADO										
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		0%	15%	15%	15%	15%				
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%				
VENTAS	\$	1.582.735,90	\$	1.772.525,50	\$	1.970.693,86	\$	2.191.017,43	\$	2.435.973,18
COSTOS	\$	861.092,42	\$	922.325,21	\$	970.029,72	\$	1.020.201,59	\$	1.072.968,46
UTILIDAD BRUTA	\$	721.643,48	\$	850.200,29	\$	1.000.664,14	\$	1.170.815,84	\$	1.363.004,72
GASTOS	\$	407.977,45	\$	419.399,04	\$	431.162,14	\$	438.743,85	\$	451.098,80
SUELDOS Y SALARIOS	\$	126.774,72	\$	130.565,28	\$	134.469,19	\$	138.489,81	\$	142.630,66
GASTOS DE SERVICIOS BÁSICOS	\$	34.320,00	\$	35.346,17	\$	36.403,02	\$	37.491,47	\$	38.612,46
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$	72.000,00	\$	74.152,80	\$	76.369,97	\$	78.653,43	\$	81.005,17
GASTOS DE ARRIENDO	\$	14.400,00	\$	14.830,56	\$	15.273,99	\$	15.730,69	\$	16.201,03
GASTOS DE BALANCINES-ACEITES-SHAMPOO	\$	128.798,40	\$	132.649,47	\$	136.615,69	\$	136.616,72	\$	140.701,56
GASTOS VARIOS	\$	5.700,00	\$	5.870,43	\$	6.045,96	\$	6.226,73	\$	6.412,91
GASTOS DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	\$	25.984,33	\$	25.984,33	\$	25.984,33	\$	25.535,00	\$	25.535,00
UTILIDAD OPERATIVA	\$	313.666,03	\$	430.801,25	\$	569.502,00	\$	732.071,98	\$	911.905,92
COSTOS FINANCIEROS	\$	15.907,97	\$	13.205,86	\$	10.191,78	\$	6.829,72	\$	3.079,50
UTILIDAD NETA	\$	297.758,05	\$	417.595,39	\$	559.310,21	\$	725.242,26	\$	908.826,42
REPARTICIÓN TRABAJADORES	\$	0	\$	62.639,31	\$	83.896,53	\$	108.786,34	\$	136.323,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$	297.758,05	\$	354.956,08	\$	475.413,68	\$	616.455,92	\$	772.502,46
IMPUESTO A LA RENTA	\$	65.506,77	\$	78.090,34	\$	104.591,01	\$	135.620,30	\$	169.950,54
UTILIDAD DISPONIBLE	\$	232.251,28	\$	276.865,74	\$	370.822,67	\$	480.835,62	\$	602.551,92

Elaborado por: Autora

7.6.3.1. Flujo de Caja Proyectado

A continuación se encuentra el flujo de caja proyectado de ESCOCED S.A.

Tabla 46: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO					
INGRESOS OPERACIONALES					
Ventas	\$ 1.582.735,90	\$ 1.772.525,50	\$ 1.970.693,86	\$ 2.191.017,43	\$ 2.435.973,18
EGRESOS OPERACIONALES					
Costos	\$ 861.092,42	\$ 922.325,21	\$ 970.029,72	\$ 1.020.201,59	\$ 1.072.968,46
Gastos de sueldos y salarios	\$ 126.774,72	\$ 130.565,28	\$ 134.469,19	\$ 138.489,81	\$ 142.630,66
Gastos de servicios básicos	\$ 34.320,00	\$ 35.346,17	\$ 36.403,02	\$ 37.491,47	\$ 38.612,46
Gastos de publicidad	\$ 72.000,00	\$ 74.152,80	\$ 76.369,97	\$ 78.653,43	\$ 81.005,17
Gastos de arriendo	\$ 14.400,00	\$ 14.830,56	\$ 15.273,99	\$ 15.730,69	\$ 16.201,03
Gastos de balancines-aceites-shampoo	\$ 128.798,40	\$ 132.649,47	\$ 136.615,69	\$ 136.616,72	\$ 140.701,56
Gastos varios	\$ 5.700,00	\$ 5.870,43	\$ 6.045,96	\$ 6.226,73	\$ 6.412,91
TOTAL Egresos Operacionales	\$ 1.243.085,54	\$ 1.315.739,93	\$ 1.375.207,53	\$ 1.433.410,44	\$ 1.498.532,26
FLUJO OPERACIONAL	\$ 339.650,36	\$ 456.785,58	\$ 595.486,33	\$ 757.606,98	\$ 937.440,92
INGRESOS NO OPERACIONALES					
Fondos Propios					
Prestamos Bancarios					
TOTAL					
EGRESOS NO OPERACIONALES					
Inversion Fija	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Diferida	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Corriente	\$ 63.749,35	\$ 63.749,35	\$ 63.749,35	\$ 63.749,35	\$ 63.749,35
Pago Capital Prestamo	\$ 23.404,47	\$ 26.106,58	\$ 29.120,66	\$ 32.482,72	\$ 36.232,94
Pago Intereses Prestamos	\$ 15.907,97	\$ 13.205,86	\$ 10.191,78	\$ 6.829,72	\$ 3.079,50
Participacion de Utilidades	\$ -	\$ 62.639,31	\$ 83.896,53	\$ 108.786,34	\$ 136.323,96
Impuesto a la Renta	\$ 65.506,77	\$ 78.090,34	\$ 104.591,01	\$ 135.620,30	\$ 169.950,54
TOTAL	\$ 168.568,56	\$ 243.791,44	\$ 291.549,33	\$ 347.468,43	\$ 409.336,29

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

FLUJO DE CAJA NETO	\$ 171.081,80	\$ 212.994,14	\$ 303.936,99	\$ 410.138,55	\$ 528.104,63
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	\$ 171.081,80	\$ 384.075,94	\$ 688.012,93	\$ 1.098.151,48	\$ 1.626.256,11
PAYBACK DEL FLUJO	\$ 3.247,42	\$ 216.241,56	\$ 520.178,55	\$ 930.317,10	\$ 1.458.421,73

Elaborado por: Autora

7.6.3.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.3.1.1.1. TMAR

Para decretar la TASA MÍNIMA ACEPTABLE REQUERIDA, la cual es del 15,65% se tomó en cuenta que los accionistas quieren un 20% de rendimiento.

7.6.3.1.1.2. VAN

El VALOR ACTUAL NETO DE ESCOCED S.A. es de \$690.744,99

7.6.3.1.1.3. TIR

La TASA INTERNA DE RETORNO de este proyecto es de 76%

7.6.3.1.1.4. PAYBACK

El PAYBACK de este proyecto es de 1 año 8 meses.

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

Para determinar el análisis de sensibilidad se escogieron escenarios de +20% siendo un escenario positivo y -20% siendo un escenario pesimista lo que representa un incremento y disminución en las ventas, gastos administrativos, sueldos y salarios e interés. En cada uno de los siguientes literales se demuestra los cambios que tienen en el TIR y VAN con los incrementos y disminuciones de las variables propuestas.

7.7.2. Productividad

Tabla 47: Productividad

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVA	ESTANDAR
Celdas cambiantes:				
VENTAS		0,2	-0,2	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 655.516,75	\$ 786.810,60	\$ 528.383,94	\$ 655.516,75
TIR	75%	82%	68%	75%

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Elaborado por: Autora

7.7.3. Precio Mercado Local

No se va a realizar debido a que no afectará a la empresa.

7.7.4. Precio Mercado Externo

No se va a realizar debido que la empresa no tiene ninguna negociación en otro país.

7.7.5. Costo de Materia Prima

No se va realizar debido a que la empresa no elabora productos.

7.7.6. Costo de Materiales Indirectos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Como ya se explicó anteriormente la empresa no elabora productos por lo tanto no requiere de materiales indirectos.

7.7.7. Costo de Suministros y Servicios

No aplica este inciso.

7.7.8. Costo de Mano de Obra Directa

No aplica porque la empresa no elabora productos.

7.7.9. Costo de Mano de Obra Indirecta

No aplica porque la empresa no elabora productos.

7.7.10. Gastos Administrativos

Tabla 48: Gastos Administrativos

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVA	ESTANDAR
Celdas cambiantes:				
GASTOS ADM		0,2	-0,2	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 655.516,75	\$ 640.004,66	\$ 670.834,77	\$ 655.516,75
TIR	75%	74%	76%	75%

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Elaborado por: Autora

7.7.11. Gastos de Sueldos y Salarios

Tabla 49: Gastos Sueldos y Salarios

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVA	ESTANDAR
Celdas cambiantes:				
SUELDOS Y SALARIOS		0,2	-0,2	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 655.516,75	\$ 640.004,66	\$ 670.834,77	\$ 655.516,75
TIR	75%	74%	76%	75%

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Elaborado por: Autora

7.7.12. Inversión en Activos Fijos

La empresa no invirtió en los años siguientes en Activos Fijos por lo tanto no aplica.

7.7.13. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

Tabla 50: Tasa de Interés

Resumen de escenario				
	Valores actuales:	POSITIVO	NEGATIVA	ESTANDAR
Celdas cambiantes:				
INTERÉS		0,2	-0,2	0
Celdas de resultado:				
VAN	\$ 690.744,99	\$ 655.516,75	\$ 727.579,12	\$ 690.744,99
TIR	76%	75%	76%	76%

Notas: La columna de valores actuales representa los valores de las celdas cambiantes en el momento en que se creó el Informe resumen de escenario. Las celdas cambiantes de cada escenario se muestran en gris.

Elaborado por: Autora

7.8. Balance General

El Balance General ya fue proyectado anteriormente.

7.8.2. Razones Financieras

Tabla 51: Razones Financieras

INDICES FINANCIEROS		2015	2016	2017	2018	2019
INDICE DE RENTABILIDAD Margen Bruto	<u>UTILIDAD BRUTA</u> VENTAS NETAS	45,59%	47,97%	50,78%	53,44%	55,95%
	<u>UTILIDAD NETA</u> VENTAS NETAS	14,67%	15,62%	18,82%	21,95%	24,74%
INDICE DE GESTION		2015	2016	2017	2018	2019
	GASTOS DE OPERACIÓN VENTAS NETAS	54%	52%	49%	47%	44%
Carga Financiera	<u>GASTOS FINANCIEROS</u> VENTAS NETAS	1,01%	0,75%	0,52%	0,31%	0,13%
INDICE DE LIQUIDEZ Liquidez Corriente		2015	2016	2017	2018	2019
	<u>ACTIVOS CORRIENTES</u> PASIVOS CORRIENTES	2,73	5,64	12,45	34,94	34,94
INDICE DE ENDEUDAMIENTO -		2015	2016	2017	2018	2019
	<u>TOTAL DE PASIVOS</u> TOTAL ACTIVOS	0,28	0,16	0,08	0,03	0,00

Elaborado por: Autora

7.9. Conclusión Financiera

De acuerdo a los resultados que se obtuvo en el presente trabajo muestra que la propuesta es totalmente rentable teniendo utilidades positivas todos los años lo cual genera un VAN muy aceptable, una TIR del 76% que supera la tasa exigida del proyecto y además se recupera la inversión en 20 meses.

Las razones financieras y estados financieros demostraron que la propuesta de este negocio es atractiva y viable.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

5.7. Plan de administración del riesgo

El plan de riesgos es un elemento fundamental para disminuir los impactos en la empresa. En el plan de administración de riesgos se analizan los siguientes factores:

- Accidentes
- Impacto que pueden causar
- Contingencia, cómo y cuánto se puede reducir el impacto
- Exposición al riesgo.

8.1. Plan de administración del riesgo

8.1.1. Principales riesgos

Puede haber accidentes laborales, el aumento del precio en los productos y servicios pueden causar graves problemas.

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Reuniones constantes con el administrador y la junta directiva para crear formas en que se puedan evitar accidentes laborales y alzar los precios de los productos y servicios.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

La tormenta de ideas es una técnica que sirve para facilitar la generación de opiniones para mejoras de la empresa.

Se comprobará el buen funcionamiento de los procesos mediante una lista de verificación.

A continuación se muestra un formato de lista de verificación en el cual se ha considerado todos los factores

Tabla# 56: Lista de Verificación
Elaborado por: Autora

LISTA DE VERIFICACIÓN				
Factor de observación	Siempre	A veces	Nunca	Observaciones
Área financiera				
Área social				
Área ambiental				
G.Administrativo				

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

La planeación de la respuesta al riesgo se realizará en base al impacto que el mismo tenga sobre ESCOCED S.A. cuando pudieren existir riesgos con ventas bajas, quejas por la calidad del producto y mal servicio.

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

Se realizarán reuniones constantemente, en un periodo no muy lejano se comprarán cámaras de video para que el administrador tenga todo el control de ESCOCED S.A, por otra parte se tendrá un buzón de sugerencias.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Se realizaran evaluaciones constantemente es decir cada semana con el fin de prevenir riesgos y buscar soluciones.

8.2.3. Reporte del riesgo

En el caso que se presente algún problema se tiene que comunicar inmediatamente a la junta directiva y al administrador para que éste pueda ser resuelto.

8.2.4. Estrategias de Salida

Algunas de las estrategias más comunes en estos casos son:

- Alianza con alguna empresa que comercialice llantas.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Venta parcial o total de la empresa a una compañía que pueda darle impulso a la empresa para que pueda salir adelante.

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

De acuerdo a la naturaleza de la empresa ESCOCED S.A., se consideran como posibles los siguientes incidentes:

Accidentes Laborales

- Se implementara un decálogo para prevenir accidentes en la empresa.
- En caso de ocurrir un accidente laboral, se procederá a utilizar los servicios médicos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), ya que todos los empleados estarán debidamente afiliados.

Incendios

- Se prohíbe fumar dentro de las instalaciones de la empresa y encender fósforos.
- Instalación de extintores la cantidad que sea necesaria para apagar fuego.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

Una vez evaluado el proyecto de factibilidad para la creación de un centro de servicios automotrices básicos se puede concluir que:

El proyecto es viable financieramente debido a que genera una Tasa Interna de Retorno del 76% que aun en escenarios malos sigue siendo rentable, en un tiempo de recuperación de la inversión de 20 meses.

Para una adecuación correcta de este centro de servicios automotrices básicos se va a invertir \$52.503,00 activos fijos la cual va a influir en la satisfacción de los clientes.

Hay una gran oportunidad de implementar este negocio ya que el Grupo ESTOVAN S.A. es conocido a nivel nacional y los clientes de Guayaquil irán al local porque encontrarán las llantas y servicios a menor precio, además de encontrar sus llantas de preferencia.

De acuerdo a la investigación de mercado el precio, ubicación y la variedad de servicios y productos que ofrezca es un factor clave para que las personas acudan además de sus horarios de atención.

Con la información obtenida mediante la observación directa y los focus groups se pudo obtener que las personas compran por precio y por los horarios de atención este lugar les brinde.

Por medio de las 295 encuestas realizadas y focus group se demuestra que el 98% de la población está muy dispuesta a asistir al centro de servicios automotrices básicos ESCOCED S.A.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ESCOCED S.A. va a tener publicidad en redes sociales como Facebook e instagram, además de tener su propia página web en las cuales va a ser promocionado el centro de servicios automotrices básicos.

El centro de servicios automotrices ESCOCED S.A. va a tener un capacidad instalada para atender 45 vehículos diarios como mínimo.

La ubicación del centro de servicios es privilegiada ya que conecta el norte y sur de Guayaquil además de encontrarse en una vía de fácil acceso.

La empresa contará con un plan de administración de riesgos para disminuir impactos como accidentes y el alza de los precios de los productos y servicios.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

A continuación recomendaciones para el beneficio de la empresa:

La empresa puede implementar la venta de accesorios para los vehículos, además de baterías y aros.

Ejecutar una campaña de marketing más agresiva que sea ATL.

Ampliar el espacio físico del centro de servicios con más maquinarias y con un mini market para que los clientes se sirvan un aperitivo mientras espera por su vehículo.

Analizar la posibilidad de implementar de un servicio a domicilio post venta.

Finalmente se recomienda luego de los cinco primeros periodos de funcionamiento, incrementar la inversión para ampliar el negocio y comprar más maquinaria, además de contratar más personal para poder dar una mejor atención y poder satisfacer al cliente.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

6. FUENTES

Bibliografía

- ROMERO ARTETA PONCE. (s.f.). *ROMERO ARTETA PONCE*. Obtenido de www.rap.com.ec/es/articulos/49-mediacion-y-arbitraje
- Servicio de Rentas Internas. (2014). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de www.sri.gob.ec/web/guest/67
- ARNAL. (1992). *SCIELO*. Obtenido de www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1317-58152008000200011&nrm=iso
- ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008). *MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES*. Obtenido de www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Mandato-Constituyente-No.-8.pdf
- BOLSA DE VALORES DE QUITO. (2014). *LEY DE MERCADO DE VALORES DEL ECUADOR*. Obtenido de http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-del-mercado-de-valores/ley-de-mercado-de-valores/110622194608-efa1a18d0d0e452eade11cf86a331c7e_leymercado.pdf
- BONILLA, Y. (2013). *E-LEARNING MARKETING*. Obtenido de e-learningmarketing.com/2012/07/ventas-al-detalle-y-al-por-mayor.html
- CAMACHO, J. (1994). *La integración vertical*. . Obtenido de www.revistadyo.com/index.php/dyo/article/viewFile/176/176
- CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL. (02 de 2012). *CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL*. Obtenido de www.lacamara.org/website/images/boletines/boletin%20comercio%20exterior%20no%20%2039%20febrero.pdf
- CAUAS, D. (2013). *DEFINICIÓN DE LA VARIABLES, ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de www.mecanicahn.com/personal/marcosmartinez/seminario1/los_pdf/l-VARIABLES.pdf
- CIRCULA SEGURO. (2012). *CIRCULA SEGURO*. Obtenido de www.circulaseguro.com/que-es-el-neumatico/
- CORREA. (2014). *EL UNIVERSO*. Obtenido de [/www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-201](http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/07/nota/1997356/ecuador-registro-inflacion-270-201)
- DAVALOS. (2004). *LA DOLARIZACION EN EL ECUADOR: ENSAYO Y CRISIS*. QUITO: : ABYA-YALA.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- ECUADOR INMEDIATO. (2014). *ECUADOR INMEDIATO*. Obtenido de ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=202260&umt=ministerio_del_ambiente_dicta_nuevas_reglas_para_impedir_contaminacion_por_neumaticos
- ECUADOR LEGAL ONLINE. (2014). *ECUADOR LEGAL ONLINE*. Obtenido de www.ecuadorlegalonline.com/laboral/fondos-de-reserva/
- ESCOBAR, G. (8 de MARZO de 2014). IMPORTACIONES DE LLANTAS CHINAS Y TAIWANESAS. (E. ESCOBAR, Entrevistador)
- GOLDRATT, E. (2005). *LA META: UN PROCESO DE MEJORA COTINUA*. ESTADOS UNIDOS: DIAZ DE SANTOS.
- GRUPO EPS . (2013). *EPS servicio automotriz*. Obtenido de www.sistemaeps.net/web/
- GRUPO Q. (2012). *GRUPO Q*. Obtenido de www.grupoq.com/grupoQ/hn/autopits.html
- GUERRA, J. (1973). *DEPOAUTO*. Obtenido de www.depoauto.com/
- HARRINGTON, J. (1990). Administración total del mejoramiento continuo. Bogotá: Mc.Graw Hill.
- Hernández. (2004). Obtenido de www.ecured.cu/index.php/Investigaci%C3%B3n_no_experimental
- Hernández, Fernández,Baptista. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. MC GRAW HILL.
- Hernández,Fernández,Baptista . (1997). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. MC GRAW HILL.
- ICAZA, A. P. (2010). *ANTONIO PINO ICAZA*. Obtenido de www.apy.com.ec/quienes-somos.html
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Laura Collin y Larry Collin. (2001). *DE GERENCIA.COM*. Obtenido de www.degerencia.com/tema/empresas_familiares
- LEFCOVICH, M. (2005). *degerencia.com* . Obtenido de www.degerencia.com/articulo/calidad_total
- LUNA, D. (2012). *AEADE*. Obtenido de http://www.aeade.net/web/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=80
- MINTEL/INEC. (2011). *INEC*. Obtenido de [/www.inec.gob.ec/sitio_tics/boletin.pdf](http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/boletin.pdf)
- OSTERLING, F. (s.f.). *OSTERLING FIRM*. Obtenido de www.osterlingfirm.com/Documentos/articulos/Principales%20principios%20contractuales.pdf

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PARODI, F. O. (s.f.). *OSTERLING FIRM*. Obtenido de www.osterlingfirm.com/Documentos/articulos/Principales%20principios%20contractuales.pdf

PASCUAL, M. (2006). *TRES CONCEPTOS FINANCIEROS*. Obtenido de webs.ono.com/martinpascual/pv70601_tresconceptos.pdf

REYES, T. (2001). *EL PRISMA*. Obtenido de www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/empresa/

ROJAS, D. (2013). *GestioPolis*. Obtenido de www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger1/teocalidad.htm

SENPLADES. (2013). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*. Obtenido de planbuenvivir.senplades.gob.ec/

SERVICIO NACIONAL DE CONTRATACION PUBLICA. (2014). *COMPRAS PUBLICAS ECUADOR*. Obtenido de http://portal.compraspublicas.gob.ec/incop/cat_normativas/losncp

Superintendencia de Compañías. (2014). *Superintendencia de Compañías*. . Obtenido de www.supercias.gob.ec/portal/

Supermercado del Neumático. (2013). *Supermercado del Neumático*. Obtenido de [/www.sdn.cl/Home/OurCompany](http://www.sdn.cl/Home/OurCompany)

THOMPSON. (AGOSTO de 2006). *VENTAS PERSONALES*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/venta/ventas-personales.html>

Velásquez, J. (2011). Crecimiento de parque automotor incide en caos vehicular en Guayaquil . *VISTAZO*, 24.

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

7. ANEXOS

ANEXO 1

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO

Comparecen, ante el señor Inspector del Trabajo, por una parte....., a través de su representante legal..... (en caso de personas jurídicas); en su calidad de **EMPLEADOR** y por otra parte el señor _____ portador de la cédula de ciudadanía # _____ su calidad de **TRABAJADOR**. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de..... y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar un contrato de trabajo a PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

El EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se las denominará conjuntamente como “Partes” e individualmente como “Parte”.

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de (Nota explicativa: Un solo cargo Ejemplo: Mecánico, secretaria), revisados los antecedentes del(de la) señor(a)(ita), éste(a) declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, el EMPLEADOR y el TRABAJADOR (a) proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

SEGUNDA.- JORNADA ORDINARIA Y HORAS EXTRAORDINARIAS.-

El TRABAJADOR (a) se obliga y acepta, por su parte, a laborar ocho horas diarias por jornadas de trabajo, las máximas diarias y semanal desde las..... hasta las....., en conformidad con la Ley, en los horarios establecidos por el EMPLEADOR de acuerdo a sus necesidades y actividades. Así mismo, las Partes podrán convenir que, el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten y tan solo por orden escrita del EMPLEADOR.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

(Nota: Especificar horario de acuerdo al Art. 47 del Código de Trabajo. Ejemplo: De lunes a Viernes de 08:00 a 17:00, con una hora de almuerzo, y de ser el caso citar el Art.49 del mismo cuerpo legal correspondiente a la jornada nocturna.

TERCERA.- REMUNERACIÓN.-

El EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR (a) por la prestación de sus servicios la remuneración convenida de mutuo acuerdo en la suma de..... DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD\$...,oo).

El EMPLEADOR reconocerá también al TRABAJADOR las obligaciones sociales y los demás beneficios establecidos en la legislación ecuatoriana.

CUARTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

El presente contrato tendrá una duración de _____ (Puede estipularse un plazo no inferior a un año ni superior a dos años). (Es facultativo estipular un periodo de prueba de hasta 90 días conforme lo establecido en el Art. 15 del Código de Trabajo).

Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

QUINTA.- LUGAR DE TRABAJO.-

El TRABAJADOR (a) desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en..... (Dirección), en la ciudad de(Guayaquil), provincia de (Pichincha), para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SEXTA.- Obligaciones de los TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En lo que respecta a las obligaciones, derecho y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV de las obligaciones del empleador y del trabajador, a más de las estipuladas en este contrato. Se consideran como faltas graves del trabajador, y por tanto suficientes para dar por terminadas la relación laboral.

SEPTIMA. LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

OCTAVA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo amistoso entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

NOVENA.- SUSCRIPCIÓN.-

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de..... el día ___ del mes de ____ del año _____

EL EMPLEADORA

EL TRABAJADOR (a)

C.C.

ESCOBAR, E.

Página 190 de 194

"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

ANEXO 2

MODELO DE ENCUESTA

Buenos días/ tardes. Mi nombre es Elizabeth Escobar, soy alumna egresada de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil de la Carrera Ingeniería en Desarrollo de Negocios Bilingüe en la cual estoy haciendo mi trabajo de titulación y su opinión es muy importante para mi proyecto.

CUESTIONARIO

10. ¿Usted tiene vehículo?

(1) SI.....1 → CONTINUAR

NO.....2 → TERMINAR

11. (E: Entregar la tarjeta # 1); ¿Qué tipo de vehículo tiene? **(2-6)**

AUTO	1
CAMIONETA	2
VEHÍCULO DEPORTIVO UTILITARIO(SUV) /CROSSOVER	3
MINI VAN	4
VAN	5
CAMION	6
OTROS (ESPECIFICAR) _____	

12. (E: Entregar la tarjeta # 2) Observando esta escala del 1 a 5, donde 1 significa nada importante y 5 significa muy importante. Por favor califique a los siguientes factores a su consideración del centro de servicios automotrices

	NADA IMPORTANTE				MUY IMPORTANTE
VARIEDAD DE SERVICIOS QUE OFRECE (7)	1	2	3	4	5
PRECIO (8)	1	2	3	4	5
ATENCIÓN AL CLIENTE (9)	1	2	3	4	5
HORARIOS DE ATENCION (10)	1	2	3	4	5
IMAGEN (INFRAESTRUCTURA) (11)	1	2	3	4	5
CALIDAD PRODUCTOS (LLANTAS) (12)	1	2	3	4	5
CALIDAD DE SERVICIOS (13)	1	2	3	4	5
UBICACIÓN (14)	1	2	3	4	5

13. Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios a cambiar llantas? **(RU) (15)**

CADA SEMANA	1
CADA 15 DIAS	2
CADA MES	3
CADA AÑO	4
OTRA : ESPECIFICAR _____	

14. Con qué frecuencia lleva su vehículo a un centro de servicios con el objetivo de hacerle mantenimiento vehicular? **(RU) (16)**

CADA SEMANA	1
-------------	---

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CADA 15 DIAS	2
CADA MES	3
CADA AÑO	4

15. (E: Entregar la tarjeta # 3) De las siguientes opciones. qué le realiza a su vehículo en un centro de servicios. (17-23)

CAMBIO DE ACEITE	1
LAVADO	2
ENLANTAJE	3
BALANCEO	4
ALINEACIÓN	5
COMPRA DE LLANTAS	6
OTROS (ESPECIFICAR) _____	

16. (E: Entregar la tarjeta # 4) De la siguiente lista de marcas de llantas con su procedencia. Usted cuál compraría para su vehículo. (24)

AUTO		CAMIONETA		SUV/CROSSOVER		MINIVAN		VAN		CAMION	
MICHELIN-FRANCESA	1	MICHELIN-FRANCESA	16	MICHELIN-FRANCESA	31	MICHELIN-FRANCESA	44	MICHELIN-FRANCESA	57	MICHELIN-FRANCESA	71
GOOD YEAR-AMERICANA	2	GOOD YEAR-AMERICANA	17	GOOD YEAR-AMERICANA	32	GOOD YEAR-AMERICANA	45	GOOD YEAR-AMERICANA	58	GOOD YEAR-AMERICANA	72
KUMHO-COREANA	3	KUMHO-COREANA	18	KUMHO-COREANA	33	KUMHO-COREANA	46	KUMHO-COREANA	59	KUMHO-COREANA	73
PIRELLI-ITALIANA	4	PIRELLI-ITALIANA	19	PIRELLI-ITALIANA	34	PIRELLI-ITALIANA	47	PIRELLI-ITALIANA	60	PIRELLI-ITALIANA	74
CONTINENTAL-ALEMANA	5	CONTINENTAL-ALEMANA	20	CONTINENTAL-ALEMANA	35	CONTINENTAL-ALEMANA	48	CONTINENTAL-ALEMANA	61	CONTINENTAL-ALEMANA	75
BRIDGESTONE-JAPÓN	6	BRIDGESTONE-JAPÓN	21	BRIDGESTONE-JAPÓN	36	BRIDGESTONE-JAPÓN	49	BRIDGESTONE-JAPÓN	62	BRIDGESTONE-JAPÓN	76
YOKOHAMA-JAPON	7	YOKOHAMA-JAPON	22	YOKOHAMA-JAPON	37	YOKOHAMA-JAPON	50	YOKOHAMA-JAPON	63	YOKOHAMA-JAPON	77
FIRESTONE-AMERICANA	8	FIRESTONE-AMERICANA	23	FIRESTONE-AMERICANA	38	FIRESTONE-AMERICANA	51	FIRESTONE-AMERICANA	64	FIRESTONE-AMERICANA	78
TOYO-AMERICANA	9	TOYO-AMERICANA	24	TOYO-AMERICANA	39	TOYO-AMERICANA	52	TOYO-AMERICANA	65	TOYO-AMERICANA	79
GT-RADIAL-INDONESIA	10	GT-RADIAL-INDONESIA	25	GT-RADIAL-INDONESIA	40	GT-RADIAL-INDONESIA	53	GT-RADIAL-INDONESIA	66	GT-RADIAL-INDONESIA	80
RUNWAY-CHINA	11	RUNWAY-CHINA	26	WANLI-CHINA	41	WANLI-CHINA	54	FIRENZA-CHINA	67	ORNET-CHINA	81

"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN
S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"

FIRENZA-CHINA	12	FIRENZA-CHINA	27	NANKANG-TAIWAN	42	NANKANG-TAIWAN	55	WANLI-CHINA	68	FIRENZA-CHINA	82
WANLI-CHINA	13	WANLI-CHINA	28	MAXXIS-TAIWAN	43	MAXXIS-TAIWAN	56	NANKANG-TAIWAN	69	WANLI-CHINA	83
NANKANG-TAIWAN	14	NANKANG-TAIWAN	29					MAXXIS-TAIWAN	70	NANKANG-TAIWAN	84
MAXXIS-TAIWAN	15	MAXXIS-TAIWAN	30							MAXXIS-TAIWAN	85

17. (E: Entregar la tarjeta # 4) Observando esta escala del 1 al 5, donde 1 es Me desagrada Mucho y 5 Me agrada Mucho, me puede decir el Nivel de Agrado que siente hacia este nuevo centro de servicios automotrices. (25) RU

ME DESAGRADA MUCHO					ME AGRADA MUCHO
1	2	3	4	5	

18. (E: Entregar la tarjeta 5) MIRANDO ESTA ESCALA DEL 1 AL 5, DONDE 1 ES NADA DISPUESTO Y 5 MUY DISPUESTO, ME PUEDE DECIR QUE TAN DISPUESTO ESTA EN ASISTIR A ESTE NUEVO CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES. (26)RU

NADA DISPUESTO					MUY DISPUESTO
1	2	3	4	5	

DATOS DE CONTROL

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: _____

DIRECCIÓN: _____

TELEFONO: _____ FECHA: _____

ENCUESTADOR: _____ DOCENTE: _____

(27) **EDAD:** **SEXO (28)**

- 1. 18 a 24 1.-MUJER
- 2. 25 a 34 2.-HOMBRE
- 3. 35 a 44
- 4. 45 a 54
- 5. 55 ó más

NIVEL DE EDUCACION (29)

- 1. PRIMARIA
- 2. SECUNDARIA
- 3. TECNOLOGO
- 4. SUPERIOR
- 5. MAESTRIA/DOCTORADO

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE SERVICIOS AUTOMOTRICES DE ESTOVAN S.A. EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

LOGO DE LA EMPRESA

